



Universidad ICESI

Global MBA

BabySitty: Servicio confiable de cuidado infantil a domicilio, ofrecido por personal profesional y especializado a través de plataforma digital.

Modalidad: Plan de Negocio

Tutor:

Felipe Pacheco

Presentado Por:

Hernán Darío Betancur Cadavid

Bogotá D.C, Mayo 2020



Este documento, refleja el trabajo y dedicación personal y de mi esposa Shirlhey Johanna en torno a una idea de negocio que nos motiva y apasiona. El cuidado de los niños.

TABLA DE CONTENIDO

1. ANÁLISIS DE MERCADO

- 1.1. Análisis del Sector
 - 1.1.1 Tendencias en Colombia y el mundo
- 1.2. Análisis de la necesidad / Oportunidad
 - 1.2.1 Necesidad / Oportunidad
 - 1.2.2 Proceso de Validación
 - 1.2.3 Características y Beneficios del Servicio – Propuesta de Valor
- 1.3 Clientes/Usuarios
- 1.4. Competencia
- 1.5 Tamaño del mercado
- 1.6. Estrategia de precio
- 1.7. Estrategia de venta
 - 1.7.1. Estrategia promocional
- 1.8 Estrategia de distribución

2. ANÁLISIS TÉCNICO

- 2.1. Análisis del servicio
 - 2.1.1. Descripción del producto/servicio (modelo de Negocio)
- 2.2. Facilidades - Locaciones
- 2.3. Equipos y maquinaria
- 2.4. Sistemas de control
- 2.5 Requerimientos técnicos para app.

3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO Y LEGAL

- 3.1. Equipo directivo
- 3.2. Organización
- 3.3. Personal
- 3.4. Organizaciones de apoyo
- 3.5 Tipo de sociedad

4. ANÁLISIS ECONÓMICO

- 4.1 Inversión inicial
- 4.2. Proyección de ventas
- 4.3 Proyección de gastos y costos
- 4.4 Proyección de P&G y punto de equilibrio
- 4.5. Flujo de caja
- 4.6. Análisis de sensibilidad y riesgos

5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO Y CONCLUSIONES

6. BIBLIOGRAFÍA

7. ANEXOS

RESUMEN

BabySitty es una iniciativa de emprendimiento que busca resolver una necesidad identificada para el cuidado esporádico de niños y niñas de determinada edad con un valor diferenciador enfocado en una oferta complementaria de educación. La compañía empezará a operar en la ciudad de Bogotá como principal mercado. La prueba de la oportunidad se realizó a través de entrevistas en profundidad con mercado objetivo y la salida a vivo simulada permitiendo identificar temas importantes relacionados con la disposición a contratar y pagar servicios de cuidado infantil a través de plataforma digital, temores y objeciones entre otros. Desde el punto de vista financiero la organización requerirá \$116M de pesos para iniciar como capital alcanzando una venta de \$171M durante el primer año, espacio donde la empresa empezará a consolidar su presencia y ganar tracción. Al final del tercer año, la compañía facturará \$1.090M con un margen después impuestos del 12%. Esta iniciativa busca suplir una necesidad latente en los padres modernos y permitirá la generación de trabajo digno y calificado.

Palabras Claves: Cuidado infantil, Educación, Niñera

ABSTRACT

BabySitty is an entrepreneurship initiative that seeks to solve an identified need for the sporadic care of children of a certain age with a differentiated value focused on a complementary education offer. The company will start operating in the city of Bogotá as the main market. The opportunity test was carried out through in-depth interviews with the target market and the simulated go live allowing to identify important issues related to the willingness to contract and pay for child care services through the digital platform, fears and objections, among others. From a financial point of view, the organization will require \$ 116M pesos to start as starting capital, reaching sales in excess of \$ 171M during the first year, the company will begin to consolidate its presence and gain traction. At the end of the third year, the company will be invoicing \$1,090M with a 11% after-tax margin. This initiative seeks to solve a latent need in modern parents and will allow the generation of decent and qualified jobs.

Key words: Childcare, Education, Babysitter

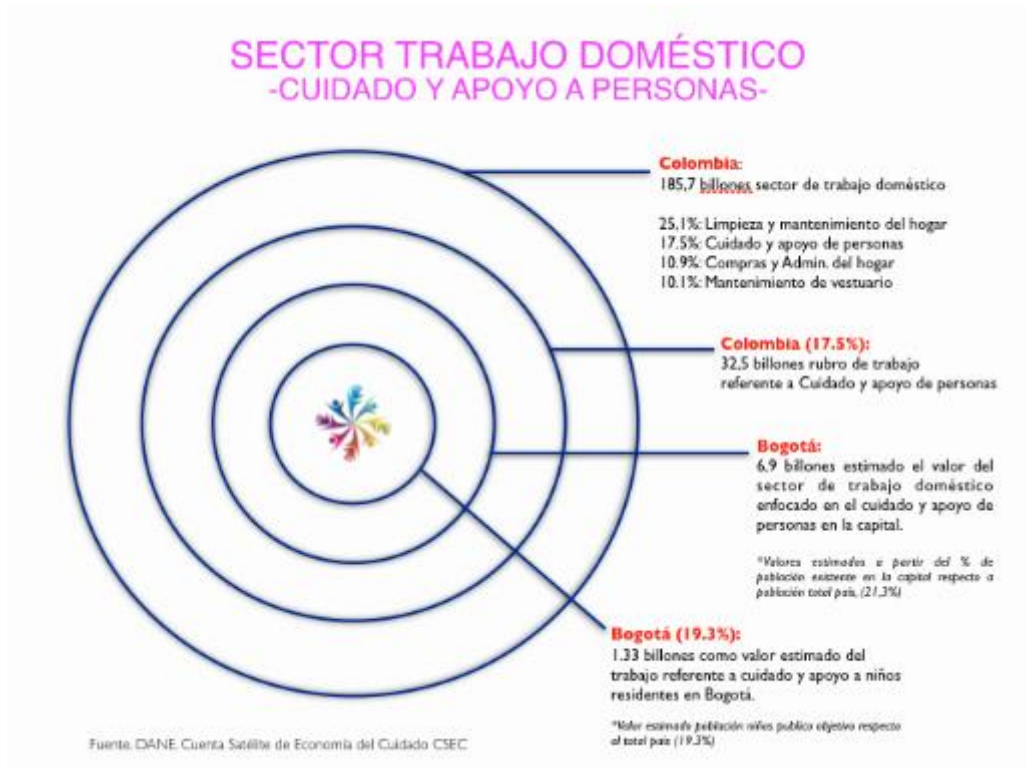
1. ANALISIS DEL MERCADO

1.1 ANALISIS DEL SECTOR

El sector de cuidado infantil es una industria en crecimiento. El potencial de expansión para el negocio profesional de cuidado de menores de edad es grande a nivel local, nacional e internacional debido a la necesidad de recibir un servicio capacitado y especializado a partir de la transformación social de la población actual y los cambios económicos y tecnológicos que impactan la sociedad, destacándose el incremento de hogares monoparentales (ejemplo: crecimiento del número de parejas separadas), incremento de fuerza laboral femenina, aumento de mujeres cabeza de familia. Según la última Encuesta Multipropósito (DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018) aumentó a 37.1% el número de hogares con jefatura femenina; adicionalmente se registra un auge en las obligaciones personales y sociales de los padres hoy en día.

Teniendo en cuenta las cifras de la Cuenta Satélite de Economía del Cuidado (CSEC) registradas por el DANE y los datos recientemente publicados en la Revista Dinero, en el artículo “Startups que llegan a poner el orden en hogares colombianos” (Revista Dinero, 2019), se establece que el trabajo doméstico y de cuidado está valorado en Colombia por \$185,7 billones donde el sector de cuidado y apoyo a personas tiene una participación del 17,5%, equivalente en términos económicos a \$32,5 billones de pesos a nivel nacional. Para realizar un estimado de la demanda en el mercado objetivo en la ciudad de Bogotá, se tomó el porcentaje de población frente a población total país y se estimó que el sector de trabajo doméstico referente a cuidado y apoyo a personas en la capital está alrededor de los \$6,9 billones de pesos. Adicionalmente, se trabajó cruzando las cifras con los datos de población del DANE reflejadas en las gráficas anteriores y así se logró una segmentación de la población y de esa manera se valoró el sector de cuidado y apoyo en la población objetivo, los niños (0-14 años), llegando a un estimado de \$1,33 billones de pesos; donde

aproximadamente \$265 mil millones de pesos (20%) representan a la población objetivo ingreso medio-alto residentes en estratos 4,5,6 de Bogotá.



Gráfica No. 3 – Valoración del trabajo de cuidado y apoyo de personas en Colombia

1.2 TENDENCIAS EN COLOMBIA Y EN MUNDO

A corto plazo se prevé un interés cada vez mayor por parte de los padres de familia de proveer cuidados especializados y actividades de bienestar, estimulación y desarrollo para sus hijos; según datos de la última Encuesta Multipropósito (DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018), se observa un gasto mayor por parte de las familias buscando ofrecerle a sus hijos todos los beneficios de un cuidado responsable, profesional y adecuado. Por otro lado, la revolución digital ha generado una tendencia creciente en la población en usar nuevas tecnologías y dispositivos móviles para la contratación de servicios y adquisición de productos. La revolución 4.0 potencializa la transformación digital de las empresas de todos los sectores económicos del país, incluyendo el sector de cuidado de personas que está siendo impactado a través del ofrecimiento de canales importantes de difusión de productos y servicios. En este

punto, es importante nombrar el caso de éxito de Hogaru, empresa colombiana que a través de la innovación tecnológica está logrando transformar la forma en que se prestan los servicios domésticos en los hogares y oficinas en el país y la cual fue seleccionada como la startup más innovadora de Colombia por Spain Startup¹ Así mismo, cabe destacar que en el mediano y largo plazo las nuevas tecnologías como Inteligencia Artificial (IA), internet de las cosas, realidad virtual (RV), entre otras, permitirán al sector ofrecer servicios más seguros y mejores en términos de experiencia del cliente y seguridad, aprovechando los desarrollos tecnológicos del mercado; a su vez, los padres de familia cada día más familiarizados con la tecnología harán uso de ella y buscarán suplir sus necesidades con servicios cada vez más rápidos, confiables y al alcance de su mano.

Tendencias demográficas:

Aumento en el número de madres solteras en Colombia. (DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2019b)

Crecimiento en el número de familias monoparentales donde el padre/madre que queda responsable del menor de edad necesita una persona que le colabore en el cuidado del niño.

Crecimiento en el número de familias con un único hijo donde los padres buscan la mejor formación y desarrollo para el primogénito; en Bogotá el tamaño de los hogares pasó de 3,5 personas por hogar en 2015 a 2,98 en 2017 según la Encuesta Multipropósito (EM2017).

Tendencias económicas:

Incremento en el gasto de los hogares colombianos, según la firma Raddar, el consumo de las familias colombianas creció 4,3 por ciento en febrero de este año (2019)

Mejoramiento en el ingreso de los hogares colombianos debido al efecto del cambio de los salarios.

Tendencia creciente de recuperación económica frente a los dos últimos años, se estima que entre el año 2020 y 2021 el PIB colombiano alcance un crecimiento del 3,0% (dependiendo de la temporalidad de COVID-19).

¹ “8 Lecciones de Hogaru, la Startup más innovadora de Colombia” publicado por la revista empresarial Ser Emprendedores (Lucas, 2019).

Tendencias socioculturales:

Incremento en el número de padres de familia con ocupaciones a nivel laboral, social y personal, aumentando la necesidad de contratar personas para el cuidado de niños mientras desarrollan sus actividades. (DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2019a)

Aumentó a 37,1% el número de hogares con jefatura femenina, según datos de la última encuesta multipropósito – EM2017 donde el 75% de ese porcentaje no cuenta con cónyuge y alrededor de un 35% tiene hijos menores de 18 años según el DANE.

Crecimiento de consumidores digitales, la población cada día usa más los medios digitales para la compra de productos y servicios.

Tendencias tecnológicas y físicas:

La revolución digital trae consigo la importancia de implementar canales digitales en el desarrollo de las empresas, hay una tendencia creciente de población usando nuevas tecnologías y dispositivos móviles para la contratación de servicios y adquisición de producto.

1.2 ANÁLISIS DE LA OPORTUNIDAD

1.2.1 NECESIDAD U OPORTUNIDAD

En BabySitty nos hacemos cargo de la seguridad y tranquilidad de los padres de familia a través del cuidado esporádico de los más pequeños de la casa para que puedan realizar o atender diferentes espacios o reuniones sin la preocupación del adecuado cuidado de sus bebés. Hemos identificado una necesidad latente en la obtención de soporte y apoyo en el cuidado de hijos menores de manera esporádica. Esta oportunidad está caracterizada la necesidad de construir confianza con el personal que realice dicho cuidado. Por otro lado, y buscando generar un elemento diferenciador enfocando en contribuir al desarrollo educativo de los pequeños, ofreceremos programas educativos acorde a las necesidades e interés de cada padre de familia. Nuestro negocio se enfoca en ofrecer tranquilidad y seguridad en el cuidado de los más chicos de casa.

1.2.2 PROCESO DE VALIDACIÓN

Durante el proceso de desarrollo del proyecto y validación de la problemática se llevaron a cabo dos abordajes para determinar el grado de aprobación e interés que la iniciativa genera en el público de interés, así como el perfil y características de los clientes que respondieron a la campaña. La primera iniciativa partió de la generación de comunicación en redes comunicando la salida a vivo del servicio a través de redes sociales utilizando un descuento en el precio como esquema de introducción. Durante este periodo de prueba que se generó entre el 6 y 13 de mayo se recibieron diecisiete solicitudes de servicio por parte de personas de Bogotá, las cuales principalmente buscaban servicio de cuidado esporádico, ubicados en estratos 4 y 6 de la ciudad, generalmente con uno o dos niños que no superaban los doce años. Como segundo modelo de validación se realizaron entrevistas en profundidad (Anexo A) a doces madres o padres de familia buscando conocer los motivadores o barreras para la contratación del servicio. Finalmente, cuatro de ellas accedieron a contratar el servicio con BabySity (Anexo G).

Resultados obtenidos en la validación

- Los contactos confirmaron que existe una necesidad latente de los padres de familia por contratar personal de cuidado infantil los fines de semana y en las noches que les permita tener espacios de esparcimiento individual y con su pareja.
- Los padres de familia estuvieron dispuestos a pagar más por un servicio de cuidado infantil siempre y cuando el servicio fuera confiable, seguro y ofreciera un valor agregado en sus hijos. Resaltaron que las babysitters tengan capacitaciones en primeros auxilios y logren implementar nuevas técnicas de juego para el desarrollo cognitivo y motriz acorde a la edad de los niños.
- Los padres se sintieron atraídos y dispuestos a contratar por medio de una plataforma digital, además por medio de videollamada vieron la posibilidad de tener comunicación directa con la babysitter y esto generó confianza. Se confirmó la importancia del contacto previo por chat o videollamada previo a la prestación del servicio.

- Hay una preferencia por el medio de pago virtual, los padres de familia sostienen que un pago electrónico de los servicios ahorra tiempo y permite comodidad.
- Los padres de familia manifestaron interés en la contratación de babysitters tutoras para el fortalecimiento académico teniendo en cuenta 2 factores: en primer lugar, en semana por temas laborales no se encuentran en casa para el acompañamiento directo de sus hijos en las tareas y la señora que cuida los niños generalmente no es la adecuada para orientarlas; por otro lado, los niños estudian en colegios bilingües/trilingües (principalmente español-inglés) y esto genera que se requiera una persona experta en el idioma extranjero para mejor desempeño en el acompañamiento y desarrollo de las tareas académicas.
- Se logró un crecimiento orgánico importante, 147 seguidores en nuestras redes sociales durante aproximadamente 2 meses de publicaciones y una semana de validación. se identificó que la red de mayor interacción fue Facebook seguida por Instagram y Twitter se descarta como canal de promoción para la captación de clientes.
- El “voz a voz” y las pautas en redes generaron 17 intenciones de compra en público objetivo, principalmente en madres de familia residentes en Bogotá con hijos entre 1 y 7 años y generalmente ubicadas en el norte de la ciudad.
- El 93% de las personas que interactuaron con la actividad de validación fueron mujeres y el 7% hombres.
- El rango etareo estuvo mayoritariamente concentrado en personas entre los 25 y 34 años (51%), seguido de un 27% por personas entre los 35-44 años de edad.

Insight identificados durante el proceso de validación:

De Necesidad:

- Tengo un evento programado con anticipación ó un compromiso de última hora con mi pareja, muchas veces me abstengo de ir porque no encuentro a tiempo una persona responsable y confiable que cuide de mi(s) hijo(s) por unas horas mientras estoy fuera de casa.
- Soy madre soltera, trabajo de forma independiente y tengo dificultad de tiempo para cuidar a mi hijo en algunos momentos del día, siento que necesito una persona confiable que me apoye en el cuidado de calidad de mi(s) hijo(s) mientras desarrollo mis labores.
- Somos padres laboralmente activos con viajes de trabajo ocasionales, sentimos que necesitamos contratar una persona que se quede con los pequeños día y noche en casa brindando cuidado y compañía mientras estamos ausentes de casa.
- Soy madre de gemelos y siempre requiero ayuda, mi esposo no siempre está presente y mi madre vive lejos, tengo que contratar los servicios de una niñera para apoyarme en el cuidado de mis pequeños cuando tengo que salir de casa (ej. visitas al médico o supermercado).

De Bienestar y comodidad:

- Soy madre y trabajo arduamente toda la semana, siento que requiero dormir bien, tengo condiciones económicas y quisiera contratar una persona que esté con mi(s) hijo(s) al cuidado mientras descanso realmente y recobro energía.
- Me encanta viajar con mi esposo y mi(s) hijo(s) en vacaciones y me encantaría contratar una niñera que viaje con nosotros para cuidar y entretener a mi(s) hijo(s), disfruto mi tiempo en familia y mis espacios libres.
- Soy madre soltera, me gusta ir al gimnasio y desearía contratar por horas una persona que acompañe a mi hijo y lo cuide mientras realizo mis actividades.

De formación y desarrollo:

- En temporada de vacaciones, mis hijos demandan más tiempo y atención, nosotros continuamos trabajando y sentimos que es importante contratar una persona que los cuide proactivamente (va más allá del cuidado primario, se involucra en actividades de estimulación y aprendizaje con el menor).
- Mi hijo estudia en un jardín infantil bilingüe y me gustaría encontrar una niñera especializada que hable inglés, se involucre en el cuidado de mi hijo único juntos desarrollen actividades de estimulación.

Funnel de validación:



1.2.3 CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS DEL SERVICIO (PROPUESTA DE VALOR)

La característica principal es que es un servicio de cuidado infantil prestado por personal capacitado previamente evaluado y verificado. El servicio se enfoca en diferentes áreas de conocimiento que contribuyan al buen desarrollo y bienestar de los niños. Para la contratación de los servicios especializados, el padre de familia contará con una herramienta digital que le permite elegir y contratar niñeras directamente; el mayor beneficio es que se cuenta con una profesional de cuidado infantil experta y

realmente capacitada en un área de trabajo que permite un mejor desarrollo y crecimiento del niño; y que a su vez cuenta con conocimientos en primeros auxilios. Con este servicio se logra ofrecer una experiencia de cuidado agradable, única y del más alto nivel de calidad en atención y bienestar para el niño y toda la familia.

El servicio ofrecido por la empresa es flexible en cuanto a preferencias de cuidado, costo y tiempo del servicio, siendo este ajustado a las necesidades reales de cada familia.

Entre las áreas de especialización están:

- Fortalecimiento académico
- Tutorías (idiomas, arte y música)
- Estimulación temprana
- Psicopedagogía (juegos de aprendizaje y desarrollo / ejercicios de concentración)
- Fonoaudiología y terapia ocupacional
- Enfermería
- Lactancia y Maternidad (cuidados del recién nacido)
- Nutrición Infantil
- Inteligencia emocional y comunicación

El beneficio para las familias es contar con una herramienta digital que le permita elegir directamente y contratar a una persona profesional totalmente capacitada en el cuidado infantil; el slogan de trabajo es “Niños Seguros, Padres Felices” y efectivamente el servicio busca que los padres reflejen felicidad al sentirse tranquilos y satisfechos por contar con una persona responsable, paciente, confiable y comprometida con el cuidado de los menores del hogar.

El servicio ofrecido por BabySitty de cuidado profesional para niños entre 0-12 años es ofrecido mediante una plataforma digital segura y confiable, donde se pueden visualizar los diferentes perfiles de las

profesionales del cuidado infantil y reservar directamente los diferentes tipos de servicio según las necesidades de cada familia. Adicionalmente permite realizar pagos online y ofrece un servicio 24/7 con un portafolio amplio y confiable de personas con información de referencias, calificaciones y recomendaciones en cada uno de sus perfiles.

BUSINESS MODEL CANVAS



Servicio Post - Venta

El servicio post-venta se realizará a través de una evaluación corta al finalizar cada servicio que permita a la empresa hacer cumplimiento de la garantía de calidad ofrecida al cliente y tener un feedback de retroalimentación para el mejoramiento del servicio y la labor de las profesionales de cuidado infantil. El proceso de garantía de satisfacción funcionará a través de una pequeña encuesta de cumplimiento del servicio que la plataforma enviará automáticamente en el momento de finalización del servicio de la babysitter, buscando indagar por el cumplimiento del horario, de las tareas encomendadas con los niños y el perfil de la babysitter contratada, serán alrededor de 5 preguntas que el cliente responderá con una

puntuación de 1-10 para calificar el servicio general ofrecido por la empresa y el desempeño de la babysitter; en caso que la calificación sea inferior a 8 puntos, el sistema notificará para realizar contacto directo con el cliente e indagar las causas de la calificación, esto, permitirá analizar la situación y dar cumplimiento de la garantía de satisfacción con la realización de un nuevo servicio a cargo de la empresa, el cambio de babysitter en futuros servicios o la solución adecuada acorde a la situación de cada familia.

1.3 CLIENTES Y USUARIOS

A continuación, detallamos el perfil de cliente y usuario a partir de la información recabada en el proceso de validación:

CLIENTE:

El proceso de validación permitió perfilar de manera adecuada las características más relevantes del cliente potencial para Babysitty. El rango potencial de edad está primariamente entre 25 y 35 años (+50%) y un segundo grupo relevante entre 35 y 44 años (27%), donde principalmente se caracteriza por mujeres ubicadas en la ciudad de Bogotá, más específicamente en la zona norte. Los motivos más representativos que las llevarían a contratar este tipo de servicio son básicamente apoyo para eventualmente poder asistir a eventos en horas nocturnas y fines de semana, encontrar apoyo para el cuidado de su (s) hijo (s) en horarios nocturnas cuando las actividades laborales se extienden. Un pequeño grupo también manifestó la necesidad de apoyo durante el fin de semana, ya que, aunque es el mejor momento para compartir con sus hijos, quisieran poder descansar un poco después de semanas laborales agotadoras. Por su nivel ingresos, manifestaron que no tendrían inconveniente de hacer los pagos a través de plataformas digitales, lo cual, está en línea con la tendencia de digitalización y pagos electrónicos. Su nivel académico es alto, iniciando en personas con títulos profesionales e incluso maestría en algunas de las personas que contactaron a BabySitty. Uno de los temas más importantes expresados está en la generación de confianza y seguridad al momento de encomendar el cuidado de su hijo (a), tema que será abordado más adelante en este documento.

USUARIOS: Niños

El usuario por el contrario son los menores entre 0 y 12 años, rango de edad que pudo ser establecido después de las diferentes entrevistas y contactos recibidos durante la fase de validación. Por el rango de edad podrían estar cursando jardín infantil, primera y en ciertos casos (superiores) a los 10 años, ya iniciando su bachillerato. Este tipo de niños están ya acostumbrados al uso de herramientas electrónicas, recibiendo educación en un segundo lenguaje, generalmente inglés.

1.4 COMPETENCIA

A continuación, un detalle de competidores identificado actualmente en el mercado. Estos pueden caracterizarse tanto de manera directa e indirecta. Vale la pena mencionar que no existe hoy una oferta similar que combine cuidado y educación en un mismo servicio.

Competencia directa

- Agencias de cuidado de niños (Ej. Kanguritos, Sitly JyD Agencia de servicios).
- Referencias directas de niñeras informales conocidas por otros padres de familia.
- Intermediación independiente - Personas que trabajan realizando contacto con empleados del servicio doméstico (incluyendo búsqueda de niñeras).
- Profesionales de la Salud (empresas o independientes) que se enfocan en atención a mujeres en etapa de maternidad y cuidado de niños. (Ej. Servienfermeras)

Competencia indirecta

- Familiares cercanos (especialmente abuelas y tías de los niños)
- Empleadas domésticas (en muchas ocasiones ejercen también cuidado infantil en el hogar en temas de acompañamiento y alimentación de los niños)

- Centros de recreación y actividades extracurriculares para niños (Ej. Gymboree, Garabatos estimulación, Kids Town)

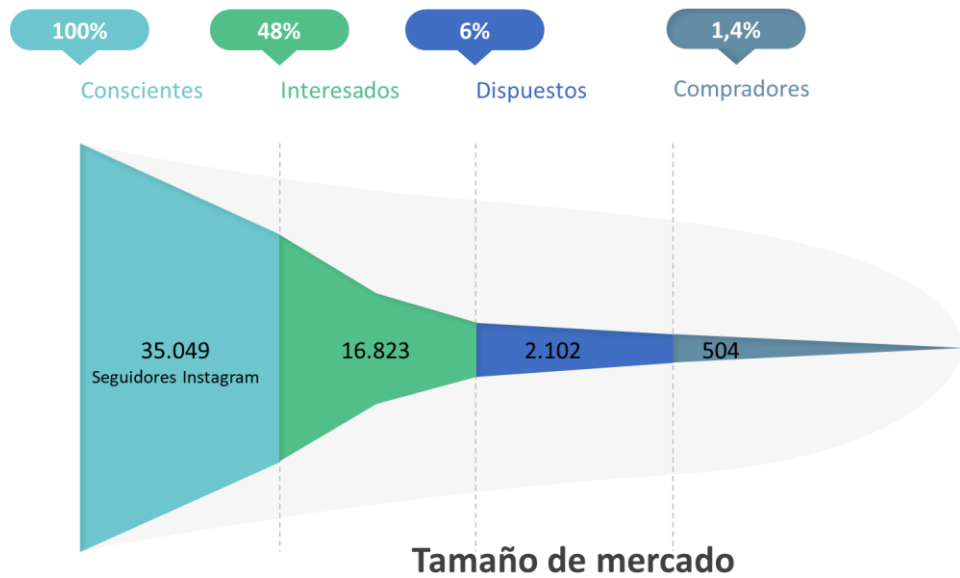
Análisis competitivo

Nombre del competidor	Modelo de Monetización	Nivel de precios	Segmentación	Nuestra ventaja competitiva
Kanguritos (Medellín y Bogotá)	Productización. Pago por servicio, manejan planes de horas o mensualidades.	<u>Servicio por Horas:</u> DÍA: desde 58.000 (3h) hasta 138.000 (10-12h) NOCHE: \$69.000 (3h) hasta 165.000 (10-12h) <u>Servicio Mensual:</u> Desde 1.158.000 hasta 2.840.000 según horas contratadas	Padres de familia estrato medio-alto con hijos entre 0-12 años que requieren apoyo en el cuidado de sus hijos.	Frente a Kanguritos podría mencionar entre nuestras ventajas las siguientes: - Portafolio amplio de profesionales para el cuidado de niños donde es el cliente quien tiene la oportunidad de elegir la opción que más se ajuste a sus necesidades. - El servicio es flexible en cuanto a necesidades de tiempo y permite tomar servicios desde 1h, en comparación con Kanguritos que es a partir de mínimo 3h. - Ofrecemos servicio de emergencia que puede ser contratado en el momento exacto en que requiera el apoyo con los niños por situaciones de última hora. - Canal de servicio a través de aplicación móvil permitiendo tener acceso a la información al alcance de la mano.
JyD Agencia de Servicios (Bogotá, Medellín, Cali, Manizales, Pereira, Palmira, Pasto, Cartagena, Barranquilla, Bucaramanga, Cúcuta)	Productización. Pago por servicio, manejan 4 planes de niñera permanente y temporal con turnos: 4-6h o 8-12h entre 7am y 10pm.	Los precios de servicio de las niñeras JyD por horas en Bogotá están desde \$60.000 y las niñeras JyD permanentes desde \$1.000.000. (Existe posibilidad de contratar en horario después de 10pm con incremento de precio.)	Familias de bogotá estratos 3,4,5,6 que requieran contratar servicios doméstico de aseo, de enfermería o niñera.	Frente a la Agencia de Servicios JyD, las ventajas competitivas son: - La posibilidad que tiene el cliente de elegir directamente a la persona que va a prestar el servicio, en JyD la profesional enviada es elegida por la agencia. - Manejo de pago directamente en la plataforma digital - Portafolio de servicios especializados de cuidado infantil que maneja SITTY teniendo en cuenta que JyD maneja servicio de cuidado básico.

En Cuidado Infantil los competidores más importantes son la empresa KANGURITOS y JD Agencia de Servicios, ubicados Bogotá y Medellín. A continuación, un análisis de su oferta:

1.5 TAMAÑO DEL MERCADO

Para estimar el tamaño del mercado se tomó la misma aproximación utilizada en la cantidad de seguidores que actualmente tienen las firmas que ofrecen servicios similares de cuidado y estimamos un funnel de oportunidad consistente con nuestro proceso de validación.



Dado lo anterior y considerando un potencial de contratación de 6,5 horas semana a un precio promedio de \$25.000 pesos por hora, el tamaño de mercado objetivo asciende aproximadamente \$3.752 millones de pesos anuales. Como se podrá ver más adelante la compañía, busca capturar un 4,5% de este tamaño de mercado durante el primer año y un 16% hacia finales del segundo año.

1.6 ESTRATEGIA DE PRECIO

El precio del servicio es dinámico y depende de las horas, día de contratación y tipo de servicio contratado. En semana es más económico que los fines de semana o los días festivos, pero generalmente los precios varían entre los 20.000 y 35.000 pesos la hora. El método de fijación de precios fue un ejercicio combinado de establecimiento de precios, a través de análisis de los precios de mercado (estudio de la competencia directa) y los costos estimados de operación. El costo está enmarcado en un servicio legal donde se le reconoce a la profesional de cuidado infantil un salario, bonificaciones, seguridad social, prestaciones, dotación, además de todas las garantías como servicio contra daños y perjuicios frente a terceros. Dicha estrategia se ajusta a lo identificado en el análisis competitivo; se maneja un “parity price” en el nivel de precios de los servicios básicos, es decir, son similares a la competencia pero en el servicio de cuidado especializado se establece un “**premium price**” (precios superiores al mercado), esto debido

que se cuenta con profesional calificado y entrenado con altos estándares de calidad para la prestación del cuidado generando un servicio innovador y más completo que el ofrecido por las demás empresas del mercado. Adicionalmente se manejan precios justos para cumplir con el pago de los empleados y se contribuye a la formalización del empleo doméstico en Colombia.

1.7 ESTRATEGIA DE VENTA

Nuestra estrategia de venta está enfocada en una aborda directo con padre de familia. Basados principalmente en el uso proactivo de redes sociales y recomendaciones de los mismos padres quienes serían los clientes del servicio. En una segunda etapa, hemos considerado la posibilidad de generar diferentes actividades promocionales y alianza con centros de estimulación temprana, así como jardines infantiles.

1.7.1 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

El público objetivo se entera de la existencia de BabySitty en el mercado por la promoción del servicio a través de redes sociales (Facebook e Instagram), y pautas en revistas especializadas que estén orientadas a audiencia objetivo (padres de familia). También se realizará promoción del servicio a través de centros educativos, centros de recreación, centros de cuidado donde logremos una alianza colaborativa de promoción de marca mutua (visualización como aliados con su logo en nuestra página web de esta manera buscamos generar contacto con el mercado objetivo de manera directa, a bajo costo y con la expectativa de alto impacto.

Publicidad: En la empresa se implementan tres medios de publicidad: Publicidad online, publicidad móvil y publicidad impresa.

Online media: Se utilizará este medio dado su constante crecimiento en los mercados, cada día las personas están más y más conectadas a internet por social media y website browsing. Aquí la empresa utilizará online ads (inicialmente Facebook ads e Instagram ads) y se manejará un blog especializado de cuidado infantil con expertos en el tema. Se definirá una estrategia de segmentación que permita impactar claramente al público objetivo (padres de familia)

Mobile media: se implementará la publicidad a través de dispositivos móviles porque existe una realidad y es el incremento de usuarios de teléfonos móviles (Smartphone) en la sociedad, esto hace que sea un medio importante para impactar y dar a conocer la marca y los servicios ofrecidos por BabySitty a través de mensajes de promoción (SMS, chat groups).

Promoción y publicidad “low cost”

La promoción de la empresa que puede tener alto impacto a bajo costo (teniendo en cuenta el número de personas alcanzadas) es la inversión en anuncios publicitarios en redes sociales. Por medio de este método y teniendo en cuenta que nuestro canal de servicio es a través de una plataforma digital, la publicidad digital crea un conocimiento de marca más fuerte, permite generar motivación/acción en la descarga de la aplicación y finalmente logra aumentar ventas de los servicios y permitiendo analizar métricas de alcance. Otro de los métodos de promoción usados en la empresa es el Word of Mouth, es decir, un “voz a voz” de referencia y recomendación; por medio de este, BabySitty desea impactar los primeros clientes con un servicio de alta calidad que logre un voz a voz entre los clientes, esto teniendo en cuenta que es el método más efectivo hoy en día entre los padres de familia para la recomendación y posterior contratación de niñeras. Se estimulará “voz a voz” a través de beneficios adicionales para los clientes que acrediten referidos efectivos en la plataforma.

Imagen empresarial - proyección y percepción

BabySitty quiere proyectar una imagen de *confianza* y *seguridad* a sus clientes, la contratación de los servicios de la empresa traerá a las familias *tranquilidad* y *felicidad* al sentir que los seres que más quiere, sus hijos, están en las mejores manos y tienen un cuidado de *alta calidad* acorde a las necesidades y gustos de cada familia.

Imagen gráfica de la empresa

Actualmente la empresa cuenta con el desarrollo y diseño de identidad de marca (naming, diseño de logotipo, tipografía, iconografía) incluida la marca gráfica junto con su slogan. La marca del proyecto es BabySitty, surge de la fusión de las palabras en inglés Babysitter + City; Babysitter que se refiere a las personas encargadas del cuidado de los niños y City que significa ciudad; de esta manera el nombre hace referencia a la persona disponible en cada ciudad para apoyar el cuidado de los niños en los hogares colombianos. Se usa la tipografía Princess Sofía que denota informalidad, alegría y diversión. En iconografía se maneja una imagen circular donde sobresalen de manera intercalada manos y cabezas de personas reflejando la interacción humana en el cuidado infantil y las manos como símbolo de apoyo y confianza en la relación.



Registro de marcas comerciales

En BabySitty se realizará registro de marca frente a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), dicho signo que distingue nuestro servicio en el mercado es en este caso una marca mixta que incluye letras (BabySitty) y dibujos (imagen gráfica circular de los niños y las manos), cabe mencionar que los servicios que representa la marca se encuentran contenidos en la lista No. 41 y No. 45 según la clasificación de Niza (*Clasificación de Niza*, 2017) donde se solicitará el registro dando inicio de esta forma a la estrategia legal de protección de la marca.

Presupuesto promocional

El presupuesto estimado para invertir en la estrategia de promoción representa un esfuerzo económico al dedicar el 15% del ingreso durante el primer año y aproximadamente un 8% durante los años subsecuentes, el racional de esto es básicamente invertir en herramientas y estrategias que permitan que BabySitty genere mayor reconocimiento y aceptación entre los clientes de nuestro segmento definitivo. Los gastos de promoción estarán básicamente relacionados con redes sociales y participación de eventos que tengan como eje central los niños, de esta manera buscamos tomar ventaja en espacios de moderada inversión económica y alto impacto en captación de clientes.

1.8 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

BabySitty es una empresa B2C (business to consumers) donde los servicios se venden directamente al cliente final por canal digital, en su primera etapa la plataforma disponible será una página web y a futuro también se contará con una aplicación para móviles iOS y Android. El canal de distribución al igual que el canal de venta es directo, en este caso las babysitters son quienes desempeñan la labor desplazándose hasta el lugar estipulado para el servicio.

2. ANALISIS TECNICO

2.1 ANALISIS DEL SERVICIO

2.1.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO (MODELO DE NEGOCIO)

El modelo de negocio B2C como se evidencia en la gráfica No. 4, se basa en conectar padres de familia interesados en conseguir apoyo para el cuidado de sus hijos, con personal capacitado (generalmente mujeres), con experiencia y preparación profesional en labores de cuidado infantil, generando ingresos a través del uso de una plataforma digital. La sostenibilidad de la empresa radica en su oferta de valor diferenciada.



Gráfica No. 4 Modelo de Negocio Babysitty

Seguros

La empresa como estrategia de respaldo a las profesionales de cuidado y protección a los clientes frente a cualquier inconveniente que pueda surgir en los servicios contará con un seguro que cubre todos los accidentes personales que puedan llegar a ocurrir con el niño, en la etapa inicial se piensa tomar una cobertura anual por una bolsa de 2.000 millones cotizada por Seguros Bolívar, a través de CAVCA Seguros, en \$3.308.000 IVA incluido.

2.2 FACILIDADES- LOCACIONES

La ubicación de la empresa no afecta los clientes, en primer lugar, es una empresa digital con oferta de servicios que se contratan a través de plataforma digital (web/móvil), y en segundo lugar es un servicio a domicilio donde las profesionales de cuidado se desplazan a los hogares de cada familia o al lugar indicado por el cliente para la prestación del servicio.

Cabe destacar que la ubicación no es un factor importante para los clientes del servicio por las razones mencionadas anteriormente y especialmente porque siendo una empresa digital, la labor administrativa se

puede desarrollar desde cualquier lugar sin afectar la prestación del servicio que se realiza a través de las profesionales de cuidado infantil.

2.3 EQUIPOS, MAQUINARIA, DOTACIÓN, PERSONAL

Desde el punto de vista de Maquina, Equipos y dotacion, podriamos caracterizar esto en dos bloques:

Operacion de la plataforma donde exista la posibilidad de visualizacion de la oferta de cuidado (BabySitter) con sus respectivas BabySitters. Adicionalmente los esquemas de comunicacion telefonica minima necesaria.

Por otro lado, se ha establece la necesidad de proveer uniformes especialmente diseñados como identidad para el cuidado de menores. Buscamos con esto tambien generar una identidad de marca en cada prestacion del servicio.

Desde el punto de vista del personal, identificamos potenciales instituciones de educación técnica como el SENA y otras entidades privado. En la medida que se pudiese requerir mayor volumen de personal, podría establecerse una alianza o convenio para vincular personal formada en cuidado y asistencia de los menores.

2.4 SISTEMAS DE CONTROL Y EVALUACION

Las babysitters serán básicamente evaluadas por la calidad del servicio que prestan, por lo que uno de los insumos más importantes para este proceso, es la calificación que el usuario genera u otorga al final de cada servicio. En BabySitty buscamos que no solo este sea cuantitativo, sino que también pueda contar con elementos cualitativos que complementen dicha evaluación. Ahora, existen ciertos elementos que también serán evaluados directamente por BabySitty y estarán relacionados con elementos administrativos propios de su función, tales como el buen manejo de la plataforma digital, su presentación personal, los resultados de los exámenes en los entrenamientos recibidos, entre otros.

2.5 REQUERIMIENTOS TECNICOS PARA APP

La plataforma estará desarrollada sobre sistema dual (iOS, Android) permitiendo correr también en Dashboard web. La pasarela de pagos se incorporará como integración a la plataforma base. Se consideran dentro del desarrollo del proyecto las siguientes tecnologías: Swift (iOS), Java (Android), PHP, Html5 y CSS3 (Anexo J).

3. ANALISIS ADMINISTRATIVO Y LEGAL

3.1 EQUIPO DIRECTIVO

La organizacion estará liderada por Shirley Sanches como fundadora y gerente general de la organización, en compañía de un recurso enfocado en garantizar el desempeño operativo de la organizacion. Hernán Betancur se vinculará en calidad de asesor o consultor para la orgnaizacion proveiendo apoyo desde el punto de vista estrategico y financiero.

3.2 ORGANIZACION

Desde su gestacion, la empresa operará bajo un esquema muy liviano desde el punto de vista orgnaizacional, donde basicamente buscando una operacion economicamente sostenible y rapida en la toma de decision y acciones como tal. Inicialmente operará con su respectiva gerente general quien contará con una persona encargada de apoyar todo el enfoque administrativo y operativo de la organizacion. La responsabilidad de contabilidad y revisoria fiscal se contratarán como servicio externo. La asignación y manejo de personal humano (Babysitters) será hecho inicialmente por la persona encargada de la operación, sin embargo, no se descarta que en un futuro, cuando el volumen sea mayor, se deba dedicar un recurso de tiempo completo para esta labor.

3.3 PERSONAL

Manejo de Personal (Equipo)

Número de empleados: en el primer año se contará en la parte administrativa con dos personas para la gestión de la empresa. Adicionalmente la empresa tendrá profesionales de cuidado infantil en su plataforma, las cuales, BabySitty contratará mediante el tipo de contrato de duración por la obra o labor contratada, dicho contrato es aquel donde establece claramente el servicio específico a desarrollar, es decir, se fija el objeto que es un término cierto, para que no se torne a una relación indefinida; la duración por obra o labor determinada se encuentra definida en el artículo 45 del Código sustantivo del trabajo (Ministerio de Protección Social, s. f.).

Tipo de trabajo: trabajo calificado

Captación de empleados: la búsqueda de las profesionales de cuidado infantil se realizará por medio de plataformas de empleo, búsqueda directa en instituciones educativas y de formación en pedagogía infantil, así como también a través de recomendaciones de padres de familia y niñeras.

Forma de pago: se estipula un valor por hora de servicio contratado incluyendo prestaciones sociales y garantías legales que será cancelado en dinero.

Métodos y requisitos de formación: se requiere una formación técnica o profesional en áreas referentes al cuidado de niños, así mismo, estudios y experiencia en las líneas de servicio especializado que va a desempeñar. En la empresa se dará entrenamiento en primeros auxilios en caso de no contar previamente con dicha capacitación.

Horarios: no se cuentan con horarios fijos ya que se maneja un contrato de servicio por obra o labor, las profesionales de cuidado manejan horarios flexibles dependiendo su disponibilidad de tiempo y demanda de servicios.

Puestos de Trabajo: la organización nace con una visión de empresa liviana y ágil, por tanto, evitaremos el crecimiento desbordado de posiciones y roles buscando siempre un adecuado uso de recursos. En ese sentido, la empresa iniciará con su respectivo líder de negocio y una persona de apoyo administrativo-operativo y continuará ampliando sus recursos de capital humano en la misma medida del crecimiento

del negocio. Hacia el segundo y tercer año de operación, estimamos el incremento de recursos en áreas tales como operaciones y mercadeo. La empresa avanzará con dos esquemas de contratación. Desde el punto de vista de operaciones, referente a las babysitters, éstas estarán siendo involucradas por evento mientras que las personas de la parte administrativa tendrán contrato a término indefinido y remunerado de acuerdo a las condiciones del mercado. Se tendrá apoyo externo en temas de manejo contable y asesorías legales.

Incentivos a las profesionales de cuidado infantil:

Los incentivos estarán determinados de forma emocional y económica. De forma emocional están los reconocimientos como por ejemplo mejor BabySitty del mes y reconocimientos en equipo de los éxitos o logros. Desde el punto de vista económico, estamos explorando la posibilidad de ofrecer un porcentaje (%) extra en el reembolso de pago, a la BabySitty que cumpla ciertos parámetros mínimos mensuales.

Entorno regulatorio relacionado con manejo de personal

La tarea de cuidado de niños en Colombia está enmarcada en la regulación del sector de servicio doméstico, y en este sentido, tienen derecho a una remuneración no menor al salario mínimo legal vigente (SMLV) o el proporcional al tiempo de trabajo desempeñado, además de las horas extras cuando se causen. Según el artículo 168 del Código sustantivo del trabajo (Ministerio de Protección Social, s. f.), dicha jornada laboral debe ser de 8 horas diarias para un total de 48 horas a la semana. La remuneración mínima será de un salario mínimo legal por jornada completa o lo proporcional a las horas trabajadas. Por ejemplo, una empleada por días debe recibir por una jornada laboral de 8 horas (un día) no menos de \$35.437, equivalentes a: valor del día de trabajo: \$27.603 + Subsidio de transporte (un día): \$3.234 + Equivalente al día obligatorio de descanso: \$4.600. La contratación formal en Colombia, además del pago justo, consiste en la afiliación del trabajador al sistema integral de seguridad social, prestaciones sociales y garantías laborales que son: fondo de pensiones, cesantías, intereses de las cesantías, aseguradora de Riesgos Laborales (ARL), caja de compensación familiar, y EPS. Cabe resaltar en la regulación de empleados domésticos, que según la ley

1788 de 2016 (Congreso de Colombia, 2016), también tienen derecho a la prima de servicios, que es el pago correspondiente de 15 días por semestre laborado o proporcionalmente y se debe cancelar el 30 de junio y durante los primeros 20 días de diciembre.

3.4 ORGANIZACIONES DE APOYO

Identificamos la posibilidad de trabajar y establecer alianzas de trabajo con centros educativos y estimulación temprana (Gymboree), igualmente con jardines infantiles en los cuales podamos generar promoción de nuestros servicios. Por otro lado, identificamos una oportunidad para dinamizar la demanda de nuestro servicio, y es el abordaje y vinculación de pediatras como promotores bajo recomendación de nuestro servicio dado el alto respeto y seguimiento de las sugerencias de estos.

3.5 TIPO DE SOCIEDAD

Se constituirá una sociedad por acciones simplificada ya que permite limitar la responsabilidad sin necesidad de recurrir a una sociedad anónima, adicionalmente permite operar sin la necesidad de una junta directiva o pluralidad de socios.

Este tipo de sociedad es más flexible y menos costosa, permitiendo facilitar la realización de negocios y garantizar el crecimiento, toda vez que hace más fácil el camino para recibir el apoyo de fondos de capital de riesgo y capital semilla, los cuales son importantes en esquemas de emprendimiento.

4. ANALISIS ECONOMICO

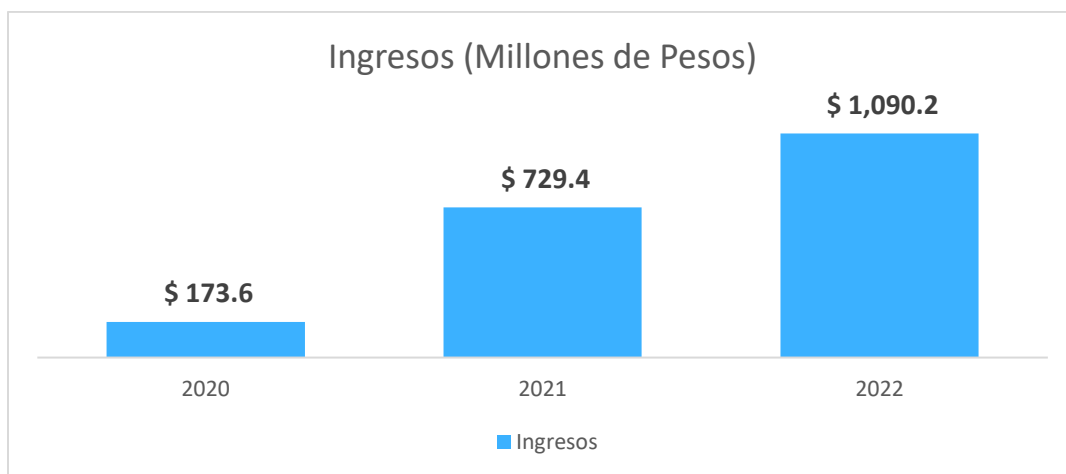
4.1 INVERSION INICIAL

BabySitty arrancará una inversión inicial de \$110.900.000 los cuales serán aportados en un 57% por Shirley Sánchez y Hernán Betancur como socios fundadores y el restante 41% (\$45.000.000) será obtenidos a través de un préstamo bancario. A continuación, se discriminan los rubros en los que serán destinados estos recursos, otros hacen referencia al Desarrollo APP (Ver Anexo J – Cotización):

	Activos Fijos	Monto
Inversion Inicial	Equipamento	7.000.000
	Desarrollo Software App	48.900.000
	Total Activos Fijos	\$ 55.900.000
	Capital Operativo	Monto
Capital Operativo	Honorarios Legal y Contabilidad	2.000.000
	Suministros de Oficina	1.000.000
	Publicidad y Promocion	35.000.000
	Otros Costos de inicio (Varios)	2.000.000
	Capital de Trabajo (Caja)	15.000.000
	Total Capital Operativo	\$ 55.000.000
	Total Inversión	\$ 110.900.000

4.2 PROYECCION DE VENTAS

La proyección de ventas una vez la empresa esté constituida se presenta a continuación para los tres (3) primeros años. Como se puede observar, la tendencia es creciente y constante lo cual implica saltos importantes desde el punto de vista de facturación entra cada uno de los años (ver estado de resultados). Dado que la compañía arranca con una base muy baja de horas de cuidado, y sumado con los diferentes esfuerzos promocionales consideramos que podemos alcanzar tasas de crecimiento mes a mes altas ~40% y en la medida que el negocio va tomando una masa crítica mayor, dichas tasas van a empezar a moderarse hasta alcanzar tasas cercanas al 6% - 8%.



4.3 PROYECCION DE GASTOS

A continuación se detallan los gastos estimados para garantizar la ejecución y desempeño del negocio durante los tres periodos de evaluación. Estos gastos estarán enfocados 100% en el sostenimiento y aceleración del desempeño de la compañía. Como puede observarse, el rubro de promoción es uno de los más robustos, y de manera general, el crecimiento es consistente con el volumen de operación que la compañía proyecta.

Gastos	2020	2021	2022
Promocion	26.040.672	54.707.727	81.768.743
Entrenamiento	\$ 2.400.000	\$ 6.000.000	\$ 14.400.000
Mantenimiento de Plataforma	\$ 9.360.000	\$ 9.828.000	\$ 10.319.400
Seguros	\$ 4.300.400	\$ 10.751.000	\$ 25.802.400
Honorarios Legales y Profesionales	\$ 6.000.000	\$ 6.180.000	\$ 6.365.400
Gastos de Oficina	\$ 18.000.000	\$ 21.600.000	\$ 25.488.000
Insumos Varios (Oficina)	\$ 2.400.000	\$ 4.200.000	\$ 5.670.000
Uniformes	\$ 4.000.000	\$ 6.000.000	\$ 9.000.000
Miscelaneos	\$ 2.400.000	\$ 5.760.000	\$ 8.640.000
Depreciacion	\$ 11.180.000	\$ 20.280.000	\$ 39.030.000
Prestamo Comercial	\$ 4.383.966	\$ 3.587.995	\$ 2.704.305
Line of Credit	\$ 3.414.040	\$ 2.529.817	\$ 0
Total Otros Gastos	\$ 93.879.077	\$ 151.424.538	\$ 229.188.248

4.4 PROYECCION DE P&G Y PUNTO DE EQUILIBRIO

Considerando las inversiones iniciales y la proyección de ventas anteriormente especificada, se presentan la proyección de estados de resultados para BabySitty durante los tres primeros años de operación.

La compañía empezará a arrojar resultados positivos a partir del onceavo mes de operación, sin embargo, insuficiente para lograr mostrar un resultado positivo como año acumulado. Durante el segundo año se consolida el resultado de la organización, presentando un resultado neto operativo (después de impuestos) por valor de \$97.054.691 lo cual representa un 13,3% sobre el valor de la venta. Durante el tercer año, la compañía continúa consolidándose y genera economías de escala en su operación. Durante el tercer año, se espera un margen neto después de impuesto del orden de \$121.461.233, monto que representa un 11% sobre

la facturación estimada de ese mismo año. El salto y posterior disminución en porcentaje de margen neto se explica por la pérdida acumulada que viene del primer año.

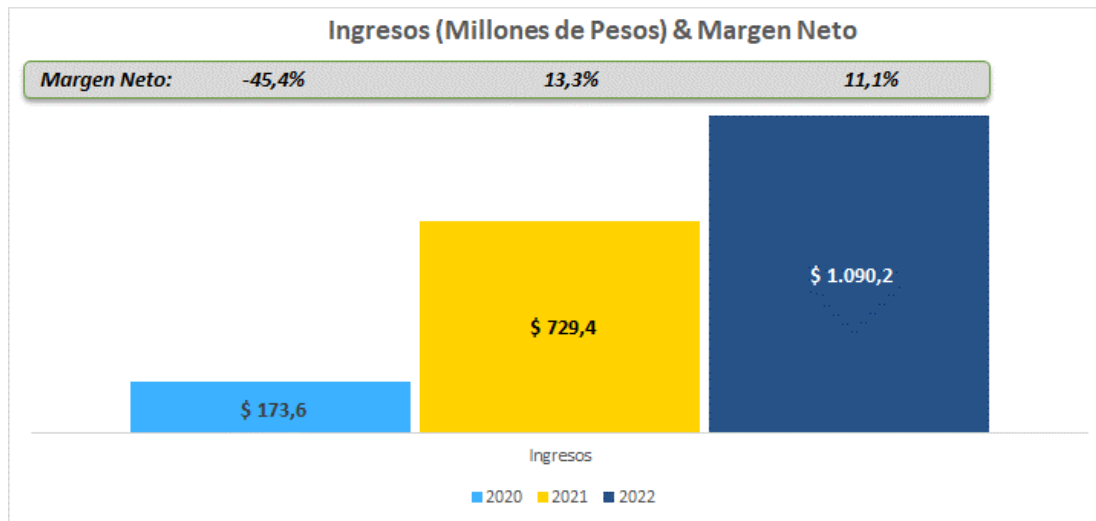


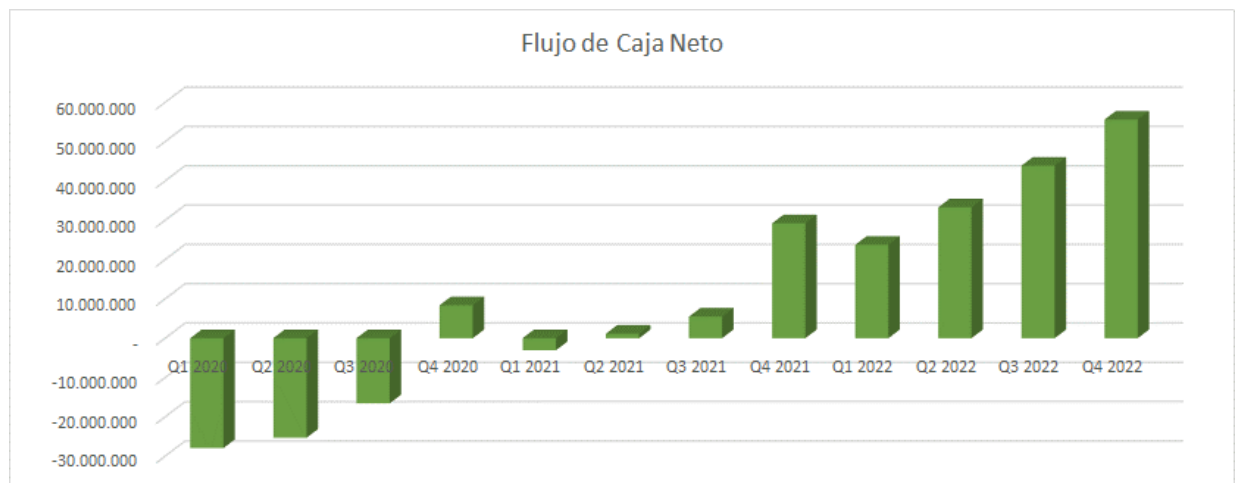
Tabla No. 10. Ingresos & Margen Neto

De acuerdo al análisis de márgenes y costos fijos, se determina que el punto de equilibrio para la empresa se obtiene al alcanzar los \$304 Millones de pesos en ventas anuales ó \$25 millones mensuales.

Margen Bruta % de Venta	
Margen bruto	\$ 86.802.238
Total Ventas	\$ 173.604.477
Margen Bruto/Total Ventas	50,0%
Gasto Fijos Totales	
Nomina	\$ 58.361.621,76
Gastos Operativos	\$ 93.879.077,10
Gastos Operativos + Nomina	\$ 152.240.699
Punto de Equilibrio en Pesos(Anual)	
Margen Bruto % de Ventas	50,0%
Total Gastos Fijos	\$ 152.240.699
Punto de Equilibrio Anual	\$ 304.481.398
Punto de Equilibrio Mensual	\$ 25.373.450

4.5 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es uno, o tal vez, el más importante factor para garantizar la sostenibilidad y largo plazo de cualquier empresa. A continuación, se detalla el estado de flujo de caja estimado para esta compañía. Dado que la organización está naciendo, se proyecta que la compañía deberá recurrir a préstamos de corto plazo para cubrir sus obligaciones más inmediatas y mantener un flujo de caja positivo en el desarrollo del negocio. Dichos préstamos empezarán a ser cubiertos desde el inicio del segundo año (ver Anexo K).



Como puede evidenciarse en la gráfica, la compañía empieza a generar un flujo de caja neto positivo al inicio del Q4 del 2020 y progresivamente mejora.

4.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGOS.

¿Qué pasa si su mercado se desarrolla más lento o más rápido de lo esperado?

Si nuestro mercado se mueve mucho más rápido de lo esperado, la empresa tendría mayores requerimientos de personal para suplir las horas de cuidado y tendríamos rápidamente que recurrir a contratar y/o captar personal para capacitar y tenerlo disponible para prestación de servicio de calidad, con seguridad este avance repercutiría en mayores requerimientos de capital de trabajo. Por el contrario, si el mercado va más lento, tendríamos la presión de buscar acelerarlo para rápidamente buscar alcanzar el punto de equilibrio y sostenibilidad del negocio.

Calculo de impacto por cambio en volumen en Ingresos y Margen Neto.

Variacion Volumen	Ingresos			Margen Neto		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Volumen -20%	\$ 138,9	\$ 583,5	\$ 872,2	-55,5%	9,9%	8,7%
Volumen -10%	\$ 156,2	\$ 656,5	\$ 981,2	-52,3%	9,7%	8,5%
Base	\$ 173,6	\$ 729,4	\$ 1.090,2	-45,4%	13,3%	11,1%
Volumen +10%	\$ 191,0	\$ 802,4	\$ 1.199,3	-42,2%	14,9%	12,4%
Volumen +20%	\$ 208,3	\$ 875,3	\$ 1.308,3	-41,5%	17,3%	14,2%

¿Cómo reaccionará ante los desafíos de la competencia, a los precios bajos, a los nuevos productos que lo dejan obsoleto?

La idea de BabySitty arranca con un elemento diferenciador que permite evitar desde el inicio del negocio entrar en el juego de los precios bajos, la idea es continuar innovando en el sector y mantener el desarrollo de esquemas de servicios diferenciados que ubiquen a BabySitty a la vanguardia del cuidado infantil.

Calculo de impacto por cambio en precios en Ingresos y Margen Neto.

Variacion Precio	Ingresos			Margen Neto		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Descuento 15%	\$ 147,6	\$ 620,0	\$ 926,7	-68,7%	0,7%	1,8%
Descuento 10%	\$ 156,2	\$ 656,5	\$ 981,2	-60,0%	5,5%	5,5%
Descuento 5%	\$ 164,9	\$ 693,0	\$ 1.035,7	-52,3%	9,7%	8,5%
Base	\$ 173,6	\$ 729,4	\$ 1.090,2	-45,4%	13,3%	11,1%
Incremento 5%	\$ 182,3	\$ 765,9	\$ 1.144,8	-39,1%	16,6%	13,6%
Incremento 10%	\$ 191,0	\$ 802,4	\$ 1.199,3	-33,4%	19,5%	15,8%
Incremento 15%	\$ 199,6	\$ 838,9	\$ 1.253,8	-28,2%	22,2%	17,8%

¿Qué hacer en caso de escasez de mano de obra?

En caso de escasez de mano de obra, la primera alternativa sería explorar alianzas con diferentes empresas y sectores proveedores de personal capacitado para garantizar continuar operando; por ejemplo, podríamos generar una alianza con el SENA para la formación técnica y/o profesional de personas con habilidad para el cuidado de niños. Así mismo, podríamos realizar alianzas con centros de cuidado infantil y estimulación para que las personas que allí trabajen pudieran tener un trabajo extra (por horas) que complemente sus

ingresos. Finalmente, se podría pensar en una tercera alternativa de entrenamiento y capacitación de enfermeras en el manejo y cuidado de niños, más allá de temas médicos, de entrada, ya esta iniciativa genera un plus y es su conocimiento previo en primeros auxilios, lo cual es un elemento que genera tranquilidad a las madres de los niños.

5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO Y CONCLUSIONES

BabySitty es un modelo de negocio que hemos validado a través del esquema de entrevistas en profundidad y anuncio público de inicio de operación, el cual nos ha permitido recolectar información muy importante para modelar el desarrollo e implementación del modelo, por lo tanto:

- Los resultados son positivos tanto desde la recolección de necesidades e intereses, y sobre como estos conectan con la propuesta de valor estructurada en este plan de negocio.
- Dos de los factores de éxitos que hemos identificado como claves, son la oferta diferenciada en términos del cuidado acompañado de un esquema educativo acordado con los padres de familia. El segundo elemento está relacionado con la capacidad de escoger (por parte del usuario) quien sería la persona a cargo del cuidado del niño, así como la posibilidad de conocer los comentarios y calificaciones recibidas por la BabySitter de parte de otros padres-clientes.
- El tamaño de mercado alcanza una cifra superior a los \$3700 millones, lo cual lo hace atractivo para iniciar la operación de la compañía.
- Desde el punto de vista financiero, la compañía alcanza punto de equilibrio al segundo año, presentando una positiva tendencia de crecimiento en ventas y margen que lo hace atractivo desde el punto de vista financiero. La inversión es recuperada en un periodo de 2,3 años.
- Consideramos que el proyecto y especialmente el modelo de negocio es escalable, siendo la contratación y educación de BabySitters, el elemento clave para garantizar el crecimiento del negocio.

Basados en el análisis de las variables de mercado, necesidades, proyecciones financieras, entre otras, identificamos como BabySitter es un modelo de negocio viable, que recoge necesidades insatisfechas en el mercado, las cuales pueden ser capitalizadas a partir de la oferta de valor expresadas en este documento.

6. BIBLIOGRAFÍA

Clasificación de Niza,. (2017). Recuperado de

<https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Normativa/CLASIFICACION-INTERNACIONAL-NIZA.pdf>

Congreso de Colombia. *Ley 1098 de 2006: Código de Infancia y Adolescencia*. , (2006).

Congreso de Colombia. *Ley 1788 de 2016*. , (2016).

Congreso de la República. *Ley 1258 de 2008: Sociedad por Acciones simplificada*. , (2008).

Congreso de la República. *Código Civil Colombiano*. , § Art. 633.

DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Encuesta Multipropósito 2017 (EM2017) Resultados 2017*. Recuperado de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/multi/Presentacion_EM_2017.pdf

DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019a). *Boletín Técnico: Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV)—Bogotá 2018*. Recuperado de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/2018/Region-bt-ECV-18-bogota.pdf

DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019b, noviembre 12). *Boletín Técnico: Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), Medición de empleo informal y seguridad social Trimestre julio—Septiembre 2019*. Recuperado de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/bol_ech_informalidad_jul19_sep19.pdf

Lucas, A. J. (2019, enero 23). 8 Lecciones de Hogaru, la Startup más innovadora de Colombia.

seremprendedores.com. Recuperado de <https://seremprendedores.com.co/8-lecciones-de-la-startup-mas-innovadora-de-colombia-hogaru/>

Ministerio de Protección Social. *Artículo 45 del Código sustantivo del trabajo*.

Ministerio de Protección Social. *Artículo 168 del Código sustantivo del trabajo*.

Revista Dinero. (2019, junio 2). «Startups» que llegan a poner el orden en hogares colombianos.

Dinero.com. Recuperado de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/historias-de-startups-colombianas-de-servicios-domesticos/266803>

Blasberg, A., Bromer, J., Nugent, C., Porter, T., Shivers, E. M., Tonyan, H., ... Weber, B. (2019, marzo).

A Conceptual Model for Quality in Home-Based Child Care. Recuperado de

https://www.acf.hhs.gov/sites/default/files/opre/ccepra_hbcc_conceptual_model_508b.pdf

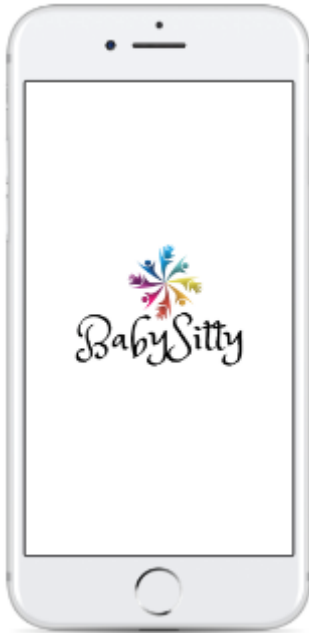
7. ANEXOS

ANEXO A - FORMATO DE LA ENTREVISTA PERSONAL A PADRES DE FAMILIA

<p>ENTREVISTA DIRECTA A PADRES DE FAMILIA: Nombre completo: Edad: Ocupación: Estado civil: Nombre y Edad de su(s) hijo(s):</p>	
PREGUNTA	RESPUESTA
<p>¿Ha tenido alguna experiencia de contratación de niñeras para el cuidado de sus hijos? Si es afirmativo, por favor cuénteme su experiencia. En caso negativo, por favor cuéntame las razones por las cuales no utiliza una niñera, es un tema económico, afectivo, de seguridad, otros. En caso de que NO le guste contratar niñeras, qué debería pasar para que dichos temores se eliminen.</p>	
<p>2. En qué casos o situaciones está dispuesta a contratar una niñera para el cuidado de su(s) hijo(s)? Por favor enumerar las situaciones. Ej. cuando sale de fiesta, cuando está trabajando, cuando va al gimnasio, cuando viaja, otros.</p>	
<p>3. Cuáles son los elementos que usted evaluaría o ha evaluado en una niñera al momento de su contratación?</p>	

<p>4. Estaría dispuesta a contratar una niñera a través de una Aplicación móvil? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?</p>	
<p>5. Qué características o comportamientos quisiera usted que la niñera demostrara al momento del cuidado de sus hijos?</p>	
<p>6. Su disposición a contratar una niñera a través de una plataforma digital incrementaría si supiera que es recomendada por otros (aunque no los conociera)?</p>	
<p>7. En qué momento de la semana requeriría más el apoyo de una niñera? ¿En semana, en el día o en la noche? El fin de semana, ¿en el día o en la noche?</p>	
<p>8. Estaría dispuesto a pagar más si la niñera tuviese alguna formación profesional que ayude en el desarrollo y bienestar de su hijo? Ej. Manejo de otros idiomas, desarrollo motor y sensorial, pedagogía, entre otros.</p>	
<p>9. Qué temores tendría o ha tenido al momento de contratar una niñera?</p>	
<p>10. En el caso de su esposo, experimenta las mismas sensaciones suyas al momento de contratar la niñera de su(s) hijo(s)</p>	

ANEXO B - PROTOTIPO DE LA APLICACIÓN BABYSITTY



ANEXO C - LANDING PAGE BABYSITTTY

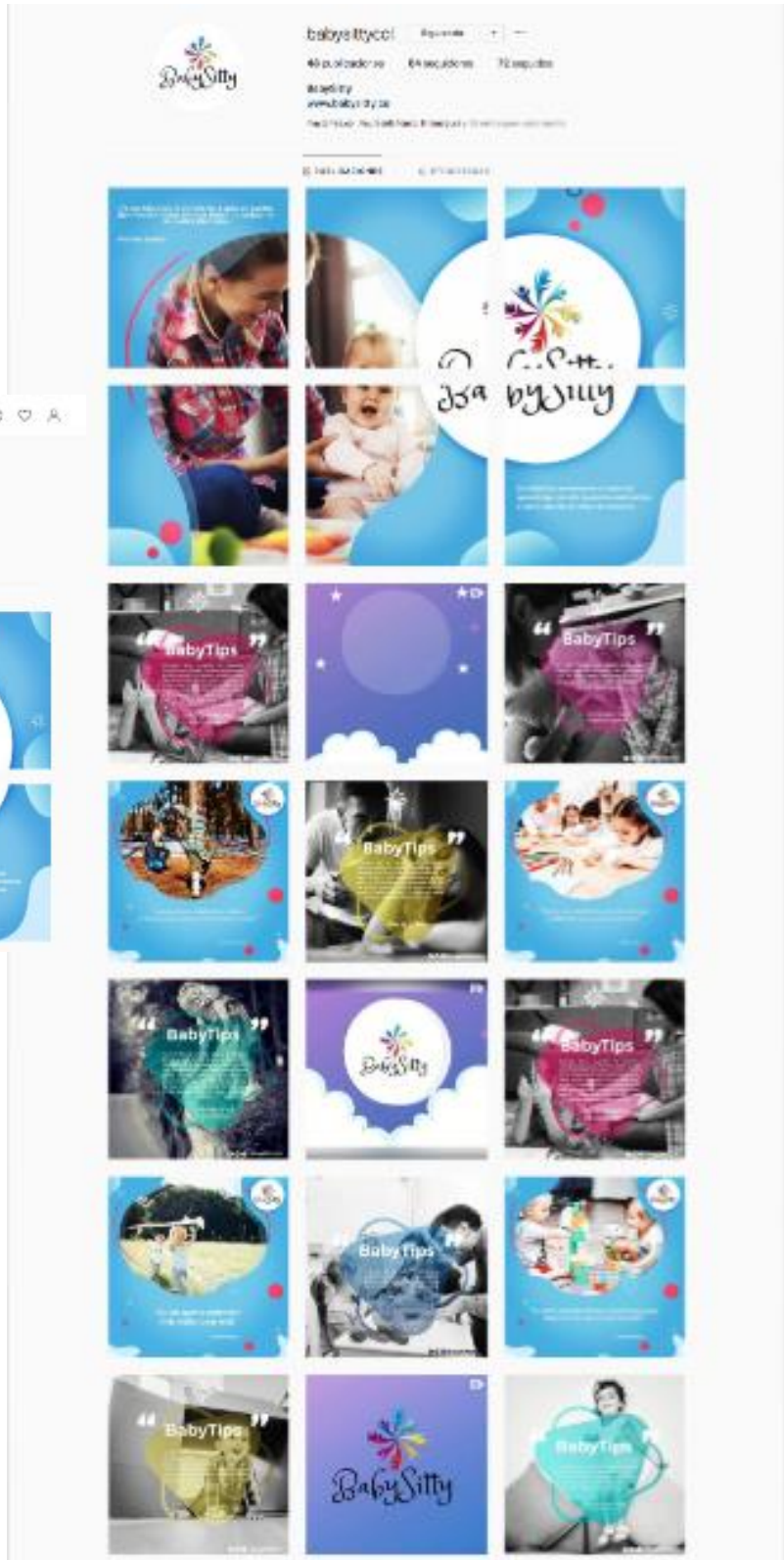


ANEXO D - CUENTA EMPRESARIAL TWITTER



The image shows a screenshot of the BabySitty Twitter profile page. The header features the BabySitty logo and the slogan "NIÑOS SEGUROS. PADRES FELICES". The profile information includes 32 tweets, 13 photos, 5 retweets, and 26 likes. The main content area displays a tweet with a "BabyTips" graphic. The graphic is a pink heart shape with the text "BabyTips" and a list of tips. The tips include: "1. Mantén siempre a tu bebé seguro cuando estás con él o ella", "2. No dejes nunca a tu bebé solo en un cochecito o en un carrito", "3. No dejes nunca a tu bebé solo en un baño o en un estancillo", "4. No dejes nunca a tu bebé solo en un coche o en un autobús", "5. No dejes nunca a tu bebé solo en un barco o en un avión", "6. No dejes nunca a tu bebé solo en un campo de fútbol o en un estadio", "7. No dejes nunca a tu bebé solo en un parque o en un jardín", "8. No dejes nunca a tu bebé solo en un patio o en un jardín", "9. No dejes nunca a tu bebé solo en un coche de juguete", "10. No dejes nunca a tu bebé solo en un coche de juguete". The tweet also includes a "¿Quieres aprovechar todas las funciones nuevas de Twitter?" banner and a "Tendencias Global" sidebar with various trending topics.

ANEXO E - CUENTA EMPRESARIAL INSTAGRAM

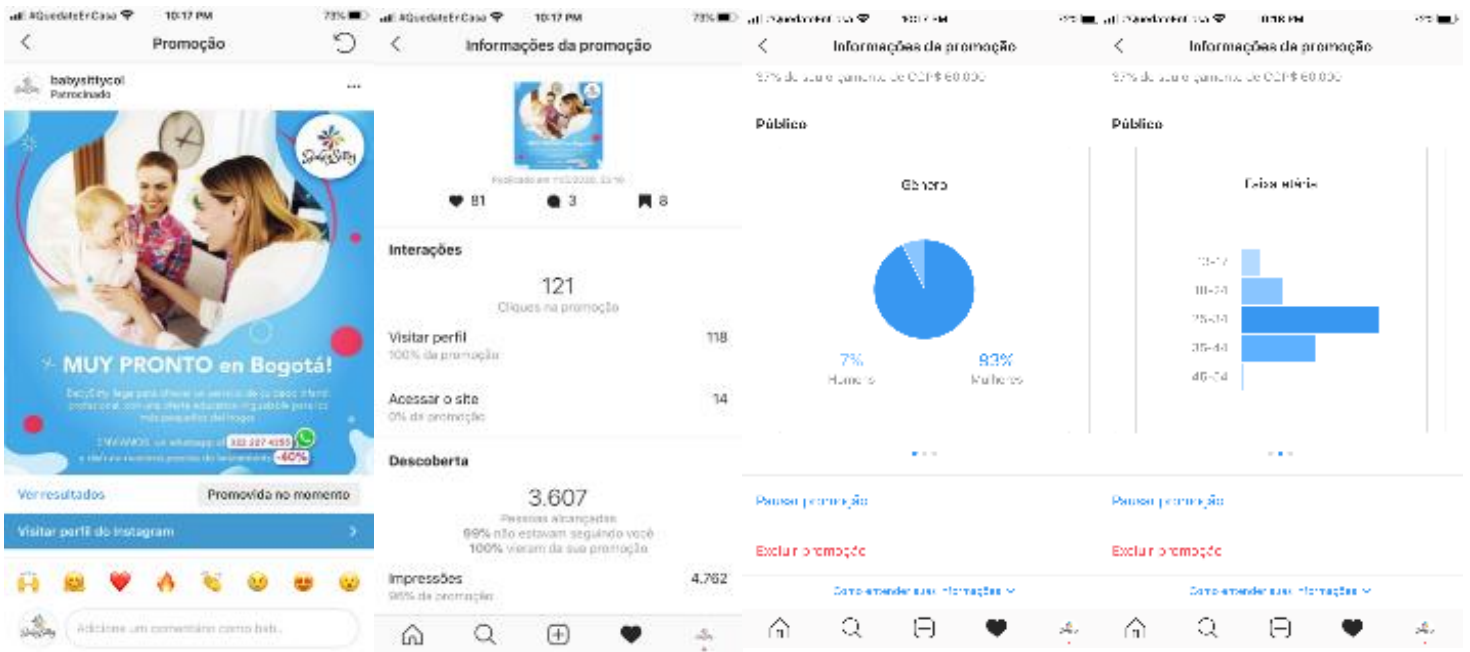


ANEXO F - FANPAGE EMPRESARIAL FACEBOOK




This block contains two screenshots of the BabySitty Facebook fanpage. The top screenshot shows the desktop view of the page. The header features the BabySitty logo and a navigation menu with options like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Fotos', 'Videos', 'Comentarios', 'Comunidad', and 'Información'. The main content area displays a post with a blue-themed banner that reads '¡MÁS SERENOS, MADRES FELICES!' and includes a video player. Below the post, there are sections for 'Publicaciones', 'Fotos', and 'Videos'. The bottom screenshot shows a mobile view of the same page, highlighting the 'Inicio' section with a video titled 'La felicidad' and a 'BabyTips' section. The overall design is clean and professional, using a blue and white color palette.

ANEXO G - VALIDACIÓN



ANEXO H - COTIZACIÓN PÓLIZA DE ACCIDENTES PERSONALES

 **Diego Cavanzo**

Hola Shirlhey,

Te voy enviando las coberturas de 2 tipos de seguros y ya te envío los precios.


9:05 a. m.



12/9/2019

Hola Shirlhey,

Te voy enviando las coberturas de 2 tipos de seguros y ya te envío los precios.

9:05 a. m.


CLÁUSULA DE GARANTÍA

 Clausulado-Clase-Fe... 

14 páginas • PDF • 425 kB 9:06 a. m.

Este es un seguro que me comento bolívar que cubre solo accidentes personales dentro y/o fuera de la institución. En decir te puede servir a ti en tu modelo de negocio que el acompañamiento se da por fuera de la institución educativa. En este caso cubre todos los accidentes personales que puedan llegar a ocurrir con el niño.

9:07 a. m.

Con este seguro te hicimos 3 cotizaciones diferentes:

1. Cobertura de accidentes personales (max 30 estudiantes) por una bolsa de 1.000 millones tiene un costo de \$2.976.450 Con IVA año
2. Cobertura de accidentes personales (max 30 estudiantes) por una bolsa de 2.000 millones tiene un costo de \$3.308.000 Con IVA año
3. Cobertura de accidentes personales (max 30 estudiantes) por una bolsa de 3.000 millones tiene un costo de \$4.012.700 Con IVA año


9:13 a. m.

Si tienes mas de 30 estudiantes se hace un anexo de cobertura para la cantidad adicional de estudiantes

9:14 a. m.

Todos estos valores son estimados que me dieron en seguros bolívar, ya que una cotización exacta no se pudo realizar por que no tienes constituida la compañía y no tiene un NIT. Entonces lo que hicimos fue coger una jardín de niños actual en Bogotá de 2 años de constituido y hacer la simulación.

9:18 a. m.



ANEXO J - COTIZACIÓN DESARROLLO APLICACIÓN MÓVIL



Bogotá, 9 de Noviembre de 2019

Señores
Babysitty Colombia.

Atención: Shirley Sanchez

REF: Aplicación Web Móvil | Babysitty Colombia

Apreciado Shirley,

Muchas gracias por el interés en nuestra empresa y nuestros servicios. A continuación, presentamos la propuesta para el siguiente producto:

Descripción general

La plataforma es una integración de una aplicación web para la administración centralizada de servicios y pagos a la cual tendrán acceso los administradores del negocio, de igual manera se integran las aplicaciones móviles nativas (iOS, Android).

La gestión de los servicios, babysitters y comunicación del cliente se realizar desde la plataforma de gestión centralizada, así mismo esta plataforma web tendrá la capacidad de generar reportes y almacenar el histórico de cada cliente desde el inicio de la petición del servicio.

El desarrollo de la plataforma está orientado al crecimiento modular para fases posteriores, con el uso de tecnologías y arquitecturas modernas que permitan la vigencia de la plataforma en largo plazo, de igual manera en el proceso de diseño se involucran las tendencias y los parámetros de usabilidad que nos garanticen la mejor experiencia de usuario en computadores y dispositivos móviles.

El proyecto está enfocado en el ciclo de vida PMI en donde se contemplan las fases de planeación, ejecución, seguimiento y cierre, para garantizar el éxito del proyecto.

Esta propuesta está conformada por los siguientes productos y servicios:

- Aplicación iOS, Android.
- Dashboard Web.
- Pasarela de pagos.
- Pruebas de funcionamiento.
- 2 a 4 horas de capacitación.

Tecnologías

Se proponen para el desarrollo del proyecto las siguientes tecnologías

- Swift | iOS
- Java | Android
- MySQL - Firebase | Persistencia
- PHP | Web
- HTML5 y CSS3 | Web
- Framework Laravel | Web
- JQuery | Web

Nota: Al momento de ejecutar el proyecto, podrán cambiar algunos ítems listados anteriormente previo acuerdo por las partes.

Propuestas Económica

1. Diseño y desarrollo software: \$48.900.000.00, con apps nativas

Observaciones

1. El costo de la propuesta no incluye IVA.
2. Esta oferta no incluye el desplazamiento, alojamiento ni alimentación del personal de SystemBro para los servicios fuera de la ciudad de Bogotá.
3. El cliente proporciona hosting y Dominio para la aplicación.
4. No incluye costos por publicación en tiendas de plataformas.

Tiempos de Entrega

Para el desarrollo del proyecto se tiene un estimado de 16 a 20 semanas.

Forma de pago

35% anticipo, 35% al entregar desarrollo para pruebas y el 30% con ajustes finales después de pruebas.

Términos y Condiciones Generales

*Los precios aquí presentados son aproximados y podrán ser modificados en caso de que las especificaciones y requerimientos para la ejecución del servicio sean diferentes a las inicialmente dialogadas por las partes. El precio que se entrega al cliente en la propuesta, no se entenderá como vinculante para SystemBro SAS al momento de suscribir y ejecutar el posible contrato, en caso de que las condiciones inicialmente pactadas cambien. *El pago referente a la factura realizada después de los 30 días posteriores a lo pactado en la forma de pago generará un aumento del 10 % en el total de la factura. *Los diseños, bocetos, configuraciones web, modelos previos y en general, cualquier obra de contenido literario y/o artístico realizados y entregados con ocasión de la negociación de un posible contrato o acuerdo comercial, son de titularidad de SystemBro. SystemBro no autoriza al Cliente: usar, reproducir, explotar o difundir por cualquier medio estas obras. La revelación a terceros, uso y modificación no autorizada de dichas obras es una infracción a los derechos de propiedad intelectual. Se entenderá por obra cualquier creación realizada por SystemBro. Dentro de las ofertas que se hagan, en lo relativo a diseños, desarrollos, invenciones y demás, el traspaso de la titularidad de los derechos patrimoniales se verificará sólo cuando se ejecuten las obligaciones del contrato ofrecido, conforme al artículo 845 del Código de Comercio y con dicho traspaso, el derecho a utilizarlos. SystemBro Colombia advierte que el artículo 260 de la Decisión 486 del 2000, establece que son secretos empresariales, aquellos que no son generalmente conocidos y tienen valor comercial, haciendo alusión al know-how de cada empresa. Por lo tanto, se hace referencia al contenido de gran parte de esta oferta, protegiendo así esta información a favor de nuestra compañía.

Vigencia de esta cotización: 30 días calendario

ANEXO K – EVALUACIÓN FINANCIERA

Prepared By:
Hernán Betancur

Company Name:
BabySitty

Activos Fijos	Monto	Depreciacion (Años)	Notas
Terrenos		No depreciado	
Edificios		20	
Mejoras a Propiedad		5	
Equipamento	7.000.000	5	Computadores / Impresora / Celulares
Muebles y Enseres		5	
Vehiculos		5	
Otros	48.900.000	5	Plataforma - Software
Total Activos Fijos	\$ 55.900.000		
Capital Operativo	Monto	Notas	
Salarios - Pre-Apertura			
Prima de Seguros Prepaados			
Inventarios			
Honorarios Legal y Contabilidad	2.000.000	Constitucion de Empresa, Notarias, Registro de Marcas	
Depositos de Alquiler			
Deposito de Renta de Herramientas			
Suministros	1.000.000	Oficina	
Publicidad y Promocion	35.000.000	Promocion Inicial	
Licencias			
Otros Costos de inicio	2.000.000	Otros - Contigencia	
Capital de Trabajo (Caja)	15.000.000	Caja	
Total Capital Operativo	\$ 55.000.000		
Total Required Funds	\$ 110.900.000		

Fuentes de Capital	Porcentaje	Totales	Tasa de Prestamo	Duracion	Pago Mensual	Notas
Patrimonio Propietario	59,42%	65.900.000				
Inversionistas Externos	0,00%					
Prestamos Adicionales o Deuda						
Prestamo Comercial	40,58%	45.000.000	10,50%	60	967.226	
Hipoteca Comercial	0,00%		9,00%	240	-	
Deuda de Tarjeta de Credito	0,00%		7,00%	60	-	
Prestamo de Vehiculo	0,00%		6,00%	48	-	
Otras deudas de Banco	0,00%		5,00%	36	-	
Total Fuentes de Capital	100,00%	\$ 110.900.000			\$ 967.226	

Tabla No. 6. Análisis de inversión inicial

P&G Proyectado

Ingresos	2020		2021		2022	
Hora de cuidado infantil básico	72.402.086		301.040.307		447.975.684	
Hora de cuidado infantil especializado	26.490.010		112.890.115		167.990.882	
Hora de cuidado infantil básico - Fin de Semana/feriado	55.693.912		233.839.756		351.320.993	
Hora de cuidado infantil especializado - fin de semana/feriado	19.018.469		81.666.179		122.962.348	
Total Ingresos	\$ 173.604.477	100%	\$ 729.436.358	100%	\$ 1.090.249.907	100%
Costo de Ventas						
Hora de cuidado infantil básico	36.201.043		148.359.577		217.603.719	
Hora de cuidado infantil especializado	13.245.005		55.634.841		81.601.395	
Hora de cuidado infantil básico - Fin de semana/feriado	27.846.956		115.241.602		170.653.804	
Hora de cuidado infantil especializado - fin de semana/feriado	9.509.234		40.246.969		59.728.832	
Total Costo de Ventas	86.802.238	50%	359.482.990	49%	529.587.750	49%
Margen Bruto	86.802.238	50%	369.953.368	51%	560.662.156	51%
Nómina	58.361.622		91.185.059		130.287.988	
Gastos Operativos						
Promoción	26.040.672	15,0%	54.707.727	7,5%	81.768.743	7,5%
Entrenamiento	2.400.000		6.000.000		14.400.000	
Mantenimiento de Plataforma	9.360.000		9.828.000		10.319.400	
Seguros	4.300.400		10.751.000		25.802.400	
Honorarios Legales y Profesionales	6.000.000		6.180.000		6.365.400	
Gastos de Oficina	18.000.000		21.600.000		25.488.000	
Reparaciones y Mantenimiento	-		-		-	
Insumos Varios (Oficina)	2.400.000		4.200.000		5.670.000	
Viajes	4.000.000		6.000.000		9.000.000	
Miscelaneos	2.400.000		5.760.000		8.640.000	
Total Gastos Operativos	\$ 74.901.072	43%	\$ 125.026.727	17%	\$ 187.453.943	17%
EBITDA	\$ (46.460.455)	-27%	\$ 153.741.583	21%	\$ 242.920.225	22%
Otros Gastos						
Amortized Start-up Expenses	13.333.333		13.333.333		13.333.333	
Depreciation	11.180.000		20.280.000		39.030.000	
Commercial Loan	4.383.966		3.587.995		2.704.305	
Line of Credit	3.414.040		2.529.817		0	
Total Otros Gastos	\$ 32.311.339	19%	\$ 39.731.145	5%	\$ 55.067.638	5%
EBITDA	\$ (78.771.794)	-45,4%	\$ 114.010.438	15,6%	\$ 187.852.587	17,2%
Impuesto Renta	\$ -		\$ 42.023.445		\$ 66.391.354	
Ingreso Neto	\$ (78.771.794)	-45,4%	\$ 71.986.993	9,9%	\$ 121.461.233	11,1%

FLUJO DE CAJA

Año 1

Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Balance Inicial	\$ 15.000.000	\$ 5.846.739	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 3.630.487
Entrada efectiva												
Venta Contado	1.188.000	1.663.200	2.328.480	3.296.642	4.615.298	6.461.418	9.247.776	13.229.395	18.521.153	25.929.614	36.301.459	50.822.043
Cuentas por Cobras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Entrada Efectivo	\$ 1.188.000	\$ 1.663.200	\$ 2.328.480	\$ 3.296.642	\$ 4.615.298	\$ 6.461.418	\$ 9.247.776	\$ 13.229.395	\$ 18.521.153	\$ 25.929.614	\$ 36.301.459	\$ 50.822.043
Salida de Efectivo												
Actividades de Inversion												
Compra de Activos Fijos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inventario Adicional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo de bienes vendidos	594.000	831.600	1.164.240	1.648.321	2.307.649	3.230.709	4.623.888	6.614.697	9.260.576	12.964.807	18.150.730	25.411.021
Actividades Operación												
Gastos Operativos	3.916.567	4.987.847	4.087.639	4.232.863	5.430.661	4.707.579	5.125.533	6.722.776	6.516.540	7.627.809	10.183.586	11.361.673
Nomina	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468	4.863.468
Impuestos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento												
Pago de Prestamos	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226
Retiro de Proprietarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Linea de Credito - Intereses	-	-	53.727	130.795	205.573	285.717	352.158	410.647	466.205	497.292	505.963	505.963
Linea de Credito Pagos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago de Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Salida de Caja	\$ 10.341.261	\$ 11.650.141	\$ 11.136.299	\$ 11.842.673	\$ 13.774.577	\$ 14.054.699	\$ 15.932.273	\$ 19.578.814	\$ 22.074.015	\$ 26.920.602	\$ 34.670.972	\$ 43.109.352
Flujo de Caja Neto	\$ (9.153.261)	\$ (9.986.941)	\$ (8.807.819)	\$ (8.546.031)	\$ (9.159.279)	\$ (7.593.281)	\$ (6.684.497)	\$ (6.349.420)	\$ (3.552.862)	\$ (990.988)	\$ 1.630.487	\$ 7.712.691
Balance de Caja Operativo	\$ 5.846.739	\$ (4.140.201)	\$ (6.807.819)	\$ (6.546.031)	\$ (7.159.279)	\$ (5.593.281)	\$ (4.684.497)	\$ (4.349.420)	\$ (1.552.862)	\$ 1.009.012	\$ 3.630.487	\$ 11.343.178
Linea de Credito	\$ -	\$ 6.140.201	\$ 8.807.819	\$ 8.546.031	\$ 9.159.279	\$ 7.593.281	\$ 6.684.497	\$ 6.349.420	\$ 3.552.862	\$ 990.988	\$ -	\$ -
Balance Caja Final	\$ 5.846.739	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 3.630.487	\$ 11.343.178
Balance Linea de Credito	\$ -	\$ 6.140.201	\$ 14.948.021	\$ 23.494.052	\$ 32.653.331	\$ 40.246.612	\$ 46.931.109	\$ 53.280.529	\$ 56.833.391	\$ 57.824.379	\$ 57.824.379	\$ 57.824.379

Año 2:

Year 1 Totals	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Balance Inicial	\$ 11.343.178	\$ 12.344.227	\$ 14.043.444	\$ 8.284.931	\$ 11.233.526	\$ 14.823.919	\$ 9.418.461	\$ 14.327.821	\$ 19.914.822	\$ 14.894.869	\$ 28.299.618	\$ 42.363.826
Entrada efectiva												
Venta Contado	173.604.477	54.221.997	55.487.727	56.597.482	57.729.431	58.884.020	60.061.700	61.262.934	62.488.193	63.737.957	65.012.716	66.312.970
Cuentas por Cobras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Entrada Efectivo	\$ 173.604.477	\$ 54.221.997	\$ 55.487.727	\$ 56.597.482	\$ 57.729.431	\$ 58.884.020	\$ 60.061.700	\$ 61.262.934	\$ 62.488.193	\$ 63.737.957	\$ 65.012.716	\$ 66.312.970
Salida de Efectivo												
Actividades de Inversion												
Compra de Activos Fijos	-	583.333	583.333	583.333	583.333	583.333	583.333	583.333	583.333	583.333	583.333	583.333
Inventario Adicional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo de bienes vendidos	86.802.238	26.721.845	27.345.626	27.892.539	28.450.390	29.019.397	29.599.785	30.191.781	30.795.617	31.411.529	32.039.760	32.680.555
Actividades Operación												
Gastos Operativos	74.901.072	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894	10.418.894
Nomina	58.361.622	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755	7.598.755
Impuestos	-	-	-	8.076.790	-	-	9.649.362	-	-	11.297.024	-	-
Actividades de Financiamiento												
Pago de Prestamos	11.606.706	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226	967.226
Retiro de Proprietarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Linea de Credito - Intereses	3.414.040	505.963	449.745	393.527	337.309	281.091	224.873	168.654	112.436	56.218	0	0
Linea de Credito Pagos	-	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931	6.424.931
Pago de Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Salida de Caja	\$ 235.085.678	\$ 53.220.947	\$ 53.788.510	\$ 62.355.995	\$ 54.780.837	\$ 55.293.627	\$ 65.467.159	\$ 56.353.574	\$ 56.901.192	\$ 68.757.910	\$ 51.607.967	\$ 52.248.762
Flujo de Caja Neto	\$ (61.481.201)	\$ 1.001.050	\$ 1.699.217	\$ (5.758.513)	\$ 2.948.594	\$ 3.590.393	\$ (5.405.458)	\$ 4.909.360	\$ 5.587.001	\$ (5.019.953)	\$ 13.404.749	\$ 14.064.208
Balance de Caja Operativo	\$ 12.344.227	\$ 14.043.444	\$ 8.284.931	\$ 11.233.526	\$ 14.823.919	\$ 9.418.461	\$ 14.327.821	\$ 19.914.822	\$ 14.894.869	\$ 28.299.618	\$ 42.363.826	\$ 44.100.414
Linea de Credito	\$ 57.824.379	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Balance Caja Final	\$ 12.344.227	\$ 14.043.444	\$ 8.284.931	\$ 11.233.526	\$ 14.823.919	\$ 9.418.461	\$ 14.327.821	\$ 19.914.822	\$ 14.894.869	\$ 28.299.618	\$ 42.363.826	\$ 44.100.414
Balance Linea de Credito	\$ 51.399.448	\$ 44.974.517	\$ 38.549.586	\$ 32.124.655	\$ 25.699.724	\$ 19.274.793	\$ 12.849.862	\$ 6.424.931	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

