



Opción de grado II

LIMPIHOUSE S.A.S

**Presentado por:**

Adriana Carolina Espitia Soto

José David Rojas

**Presentado a**

Profesor: Gilberto Betancourt

Corporación Unificada de Educación Superior CUN

Administración de empresas

Grupo: Distancia.

Bogotá

21/11/2017

## Índice

Nombre del Proyecto.....	4.
Elevator Pitch.....	5.
Marco Estratégico.....	5.
Marco Legal.....	5,6,7.
Misión.....	7.
Visión.....	7.
Matriz DOFA:.....	8.
Tabla de despliegue estratégico.....	9.
<b>ANALISIS PESTEL.....</b>	<b>10.</b>
Políticos.....	10.
Económicos.....	11.
Sociocultural.....	12.
Tecnológico.....	13.
Ecológico.....	14.
Legal.....	15.
<b>LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....</b>	<b>15.</b>
<b>Definición de la estructura del mercado.....</b>	<b>15,16.</b>
Mercado.....	16.
Segmentación del Mercado.....	16,17.
Tamaño Del Mercado.....	18.
<b>Investigación de mercado.....</b>	<b>18.</b>
Necesidades De Información.....	19.
Objetivos de investigación.....	19,20.
La Encuesta.....	20.
Aplicación De La Encuesta.....	21.
Presentación de la Información.....	22,23,24,25.
<b>Plan de mercadeo.....</b>	<b>26.</b>
Identificación del Entorno.....	27.
Información de la Competencia.....	28.
Análisis del Marketing MIX.....	28.

Producto.....	29
Precio.....	29
Plaza:.....	30
Promoción:.....	30
Estrategia de Distribución.....	30,31
Proyecto de Venta.....	31
Conclusiones.....	31
Referencias.....	32

## PLAN DE NEGOCIO EN EL SECTOR DE PRODUCTOS DE ASEO



### ELEVATOR PITCH

1. Nuestro público es el sector de Bosa Brasil y porvenir hogares y negocios del sector a más de casa y para todas las familias en general, el problema básico son los costos de los detergentes y no son completamente de calidad. La idea es satisfacer estas necesidades con un producto nuevo a bajos costos y con un servicio de entrega a domicilio.

2. Somos nuevos en el mercado y eso puede ser una debilidad somos estudiantes de administración que residimos en este sector en donde queremos posicionar nuestros productos, el mercado es muy grande y tenemos grandes oportunidades de crecimiento, no contamos con mucho capital la idea es poder crecer rápidamente y obtener grandes ventas en poco tiempo para recuperar rápidamente nuestra inversión principal y generar ganancias y rentabilidad en poco tiempo.

3. Pensamos que las personas del sector y futuros compradores deben apoyar a micro empresarios ya que son nuevas oportunidades de crecimiento para ideas pequeñas que de alguna forma se pueden capitalizar y ayudar a la economía del sector, a generar nuevos empleos y apoyar el nuevo empresario y que mejor que a apoyándonos con las compra de nuestros productos

4. Todo negocio se crea para ganar dinero o si no tendría razón se ser la idea es invertir y ganar en corto tiempo y lo que más espera cualquier emprendedor es tener éxito en todo lo que nos proponemos y queremos en bien de ayuda y servicio para la comunidad.

## MARCO ESTRATEGICO

### MARCO LEGAL

### MARCO LEGAL

- **DECRETO 1545 DE 1998** regula los regímenes sanitarios, de control de calidad y vigilancia sanitaria en relación con la producción, procesamiento, envase, expendido, importación y exportación de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.

El Ministerio de Salud establecerá las políticas en materia sanitaria en vigilancia y control en el Decreto 1292 de 1994

- **Código de comercio de Colombia.** En el código de comercio están estipulados todos los procedimientos y normas legales y pertinentes que estén relacionados con la actividad mercantil.

También allí pueden encontrarse las definiciones necesarias y útiles para realizar cualquier acuerdo o movimiento comercial.

**- Registro de Cámara De Comercio:**

1. Verificar la disponibilidad del Nombre.
2. Diligenciar el formulario de Registro y Matricula.
3. Diligenciar el Anexo de Solicitud del NIT ante la DIAN. (También se puede hacer en la DIAN).
4. Pagar el Valor de Registro y Matricula.

**- Dian:**

1. Inscribir el RUT (Registro Único Tributario).
2. Obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria).

**- Secretaria de Hacienda de La Alcaldía:**

1. Registro de Industria y Comercio.
2. Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de Seguridad

**- Ley 1014**, de fomento a la cultura del emprendimiento, congreso de Colombia. La presente ley, conocida también como la ley de emprendimiento, firmada en enero de 2006, surge como una iniciativa para buscar que el sistema educativo promueva la formación de una conciencia empresarial y un espíritu emprendedor. De igual forma, se busca con esta, establecer un marco normativo que involucre la creación de nuevas empresas, promoción de políticas y competencias laborales, básicas, empresariales y ciudadanas, con miras a desarrollar la cultura de emprendimiento y empresarial en los estudiantes colombianos.

**- Ley 1429**, ley de formalización y generación de empleo, congreso de Colombia. La presente ley, conocida también como la ley del primer empleo, contempla cuatro pilares de trabajo, en primera instancia, desarrollar políticas para formalizar las pequeñas y medianas empresas (pymes), en segunda, simplificar los trámites necesarios para la formalización de nuevas empresas, en tercera, crear nuevos puestos de trabajo para menores de 28 años, mujeres cabeza de hogar mayores de 40

años, discapacitados y desmovilizados y por último, controlar el surgimiento de firmas fachadas que accedan a estos beneficios

- **Ley PYMES, Ley 590 del 2000.** Por esta ley se promueven el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Esta ley tiene como fin señalar los criterios que orienten la acción del estado y fortalezcan su coordinación con el sector privado, tomando como referencia las micro, pequeñas y medianas empresas, además en ella se contempla un conjunto de herramientas e instrumentos de apoyo al sector, y establece las categorías en las que abarcan dichas empresas, incentivando así la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento de las existentes.

### **MISION**

LIMPIHOUSE S.A.S es una empresa especializada en la fabricación y distribución de productos de aseo para la limpieza del hogar, manejando productos de calidad y menor economía, con innovación de pretender hacer llegar los productos con tecnología y mayor facilidad a las manos del consumidor. Tenemos la certeza que LIMPIHOUSE S.A.S logrará que todos nuestros clientes queden satisfechos al recibir cada uno de nuestros productos en sus hogares, y que estos a su vez se ajusten a sus necesidades económicas y sociales, asimismo contribuiremos en el bienestar de la especie humana, comercializando productos de calidad y que sean amigables con el medio ambiente.

Continuaremos con nuestro equipo humano prestando un servicio de calidad y eficiencia a todos nuestros clientes, generando así aumentar los beneficios económicos a cada uno de los socios y colaboradores de la organización.

### **VISION**

En el 2019 seremos una empresa consolidada en la calidad, eficiencia y distribución de todos nuestros productos en el sector de Bosa y sus alrededores, reconocidos por nuestra labor, buscando siempre el avance y desarrollo en las tecnologías, sin dejar de cuidar nuestro medio ambiente y aportar todo nuestro conocimiento y desarrollo a un mejor futuro.

### MATRIZ DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Ser nuevo en el mercado.</li> <li>o No contamos con personal especializado para la elaboración de los productos de aseo.</li> <li>o Poco espacio para elaboración y distribución del producto.</li> <li>o Falta de experiencia para la elaboración y distribución de los productos de aseo.</li> <li>o Poco capital para la inversión.</li> <li>o Falta de tecnología y maquinaria.</li> <li>o Competir en precios con nuevos almacenes de cadena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Crecimiento y desarrollo en Bogotá.</li> <li>o Ampliación del portafolio.</li> <li>o Documentar los procedimientos para la elaboración de los productos.</li> <li>o Controlar las entradas y salidas de dinero y productos mediante un software, que me permita identificar desvíos o posibles desvíos.</li> <li>o Mejorar la economía.</li> <li>o Mercado en crecimiento, lo que nos permite que se incremente el número de consumidores.</li> </ul>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Buena calidad de los productos.</li> <li>o Buena atención de servicio al cliente.</li> <li>o Distribución oportuna de los productos a cada uno de los hogares.</li> <li>o Precios que se acomoden al bolsillo de los clientes.</li> <li>o Elaboración de productos no solo de calidad, sino que a su vez contribuyan con el medio ambiente.</li> <li>o Innovación continúa de los productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o La competencia en el mercado es muy competitiva.</li> <li>o Nuestros competidores cuentan con la infraestructura, experiencia y reconocimiento en el mercado.</li> <li>o Falta de recursos económicos y de personal.</li> <li>o Competencia ilegal.</li> <li>o Falta de conciencia sobre la importancia de adquirir un producto con calidad y que contribuya con el medio ambiente.</li> </ul>



### TABLA DE DESPLIEGUE ESTRATEGICO

No	PROBLEMA	OBJETIVO	TAREAS	TIEMPO
1	No se cuenta con suficiente recurso economico.	Conseguir dinero para el montaje del proyecto	· Buscar aliados con capital que estén interesados en el negocio.	Octubre 01 del 2017
			· Solicitar préstamos a entidades financieras.	Febrero 15 2018
			· Presentar mi proyecto al programa cumbre de la Universidad y allí nos guíen.	Febrero 01 del 2018
2	No contamos con el conocimiento veraz para la elaboración de los productos de aseo	Aprender a producir y tener presente los componentes que se requieren para la elaboración de los productos	· Buscar un Químico Farmacéutico que se encargue de la elaboración de los productos.	Marzo 03 del 2018
			· Capacitarnos en entidades legalmente constituidas.	Enero 22 del 2018
			· Revisar tutoriales en las redes sociales, para tener ideas de que componentes pueden contribuir al medio ambiente sin desmejorar la calidad del producto.	Octubre 01 del 2017
3	Espacio para la elaboración y almacenamiento de la materia prima y del producto terminado	Buscar Bodega amplia y allí separar el área de producción, con el área de almacenamiento.	· Poner un aviso clasificado en el periódico, estar mirándolo constantemente.	Enero 15 del 2018
			· Elaborar un estudio de sectorización, de acuerdo a donde se maneje la industria de productos químicos.	Febrero 03 del 2018
4	Falta de tiempo para ejecutar el proyecto	Encontrar un balance de tiempo adecuado ya que tambien tenemos nuestras actividades	Desarrollo de cronograma de actividades que nos permita avanzar en el proyecto	Enero 15 del 2018
5	No contamos con la suficiente tecnología para la fabricación de de detergentes	Revisar toda le tecnología necesesaria y del mercado para la elaboración de el detergente	Capacitarnos que metodos tecnológicos debemos emplear	Enero 20 del 2018
6	Desconocemos la maquinaria que se utiliza para la elaboración	Investigar todo el tema de maquinas de fabricación	Buscar maquinaria y capacitacion con entidades espertas	Enero 25 del 2018

**ANALISIS DE PESTEL**

<b>PERFIL PESTEL</b>	<b>FACTORES</b>	<b>NEGATIVO</b>	<b>INDIFERENTE</b>	<b>POSITIVO</b>	<b>PORQUE</b>
<b>POLITICO</b>	Próximas elecciones el 27 de mayo de 2017	<b>X</b>			No se sabe si el nuevo Gobernante siga brindado las ayudas de emprendimiento que actualmente está dando el Gobierno.
	Dando cumplimiento a resolución 837 de 2017, que fue expedida por los ministerios de Ambiente y Desarrollo Sostenible, y de Salud y Protección Social, todas las compañías e industrias que fabriquen detergentes, jabones de uso doméstico, cosmético medicinal e industrial, tienen hasta el 08 de mayo de 2018 para acreditarse ante la ONAC (Organismo Nacional de Acreditación) y comprobar que sus productos sean biodegradables.	<b>X</b>			Lograr apoyo financiero para cumplir con lo estipulado en la resolución (productos Biodegradables).
	A lo largo de las últimas tres décadas, ambas naciones han creado diversos mecanismos de integración para facilitar el comercio de lado y lado, siendo el más importante la actual Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia), 47 millones de dólares en jabones y ceras le compró Ecuador a Colombia en el 2015.				<b>X</b>
<b>ECONOMICO</b>	De acuerdo con el equipo de investigaciones de Bancolombia, el PIB potencial del país rodea ahora el 3,3% como consecuencia de la caída en los precios del	<b>X</b>			Es negativo para nosotros ya que al caer los precios del petróleo, se aumentan los precios, se aumenta el desempleo, y los créditos se

	petróleo, la caída de la productividad y la inversión, así como el menor crecimiento poblacional y la reducción en el desempleo.				vuelven más caros.
	El promedio de crecimiento del PIB del país oscila entre 2018 y 2022 sería de 3,2% al registrar un PIB de 3,2% en 2019, 3,6% en 2020 y 3,4% en 2021 y 2022.			<b>x</b>	Este crecimiento del PIB, nos beneficiaría mucho ya que aumentaría la actividad económica, de igual forma, contribuiríamos a disminuir el desempleo.
	Si se dice que una nación es más competitiva en la medida en que su economía crece, debido a que la gente tiene empleo por la apuesta de los inversionistas que encuentran adecuadas condiciones para crear empresa, hay más productividad, se puede innovar y exportar más, a la rueda de la competitividad en el país le faltan varios giros.			<b>X</b>	Puede ser positivo para nosotros, ya que la economía puede aumentar por la creación de nuevas empresas que generarían competitividad.
	La inflación interanual en octubre en el País Vasco ha registrado un incremento del 1,6%, debido principalmente a un menor encarecimiento de los carburantes, mientras que los precios han subido el 1,0% respecto al pasado mes de septiembre.		<b>X</b>		Esta problemática no afectaría el proceso y progreso de nuestra empresa.
<b>SOCIOCULTURAL</b>	El humor en las redes sociales, herramienta para mejorar la sociedad; Coscia se mostró "absolutamente convencido" de que los memes pueden generar impactos en la sociedad y defendió que con el paso del tiempo aumentará en internet el contenido viral que "promueve comportamientos positivos".		<b>X</b>		Esta aplicación no genera gran impacto en el desarrollo de nuestro proyecto.

	<p>La mejor estudiante de sexto grado explica en la izada de bandera que la geografía del país es privilegiada al tener costas en los dos océanos. Su ubicación tropical, su sistema montañoso, sus fuentes hídricas, sus llanuras, lo favorecen de biodiversidad y de regiones de naturalezas, de culturas distintas y preciosas. Sus gentes han demostrado, a través de la historia, talento y tesón para superar adversidades. Por eso con muchos los destacados en la ciencia, el arte, el deporte, la economía y...</p>			<p>X</p>	<p>A pesar de la violencia y la desigualdad que se vive en Colombia, estamos criados como personas honestas, perseverantes e ingeniosas para crear cosas, un punto a favor que nos permite llegar a tener un ideal de crear empresa y hacer que surga y sea exitosa.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">TECNOLOGICOS</p>	<p>Gmail, el servicio de correo electrónico más usado en todo el mundo, no sólo sirve para enviar emails.</p> <p>Tal y como explicó Google —la compañía responsable de la plataforma— en su sitio web oficial, la empresa acaba de lanzar una serie de extensiones que permiten "una nueva forma de trabajar", gracias a sus recién instaladas "aplicaciones empresariales".</p>			<p>X</p>	<p>Estas nuevas aplicaciones nos serviría mucho para llevar un control de los procedimientos y de nuestros clientes, ya que nos permitiría crear tareas, hacer llamadas y enviar mensajes , mandar y cobrar facturas, buscar trabajo y firmar contratos.</p>
	<p>El susto que Facebook causó en seis países con la idea de pagar para publicar contenido.</p>	<p>X</p>			<p>Esta nueva implementación de Facebook, beneficiará a las organizaciones más poderosas que pueden pagar para difundir su mensaje, pero generaría un detrimento de las empresas más pequeñas o que hasta ahora van a emprender como la nuestra que poseemos menos recursos.</p>
	<p>Netflix alcanzó los 104 millones</p>		<p>X</p>		<p>No afectaría el desarrollo de</p>

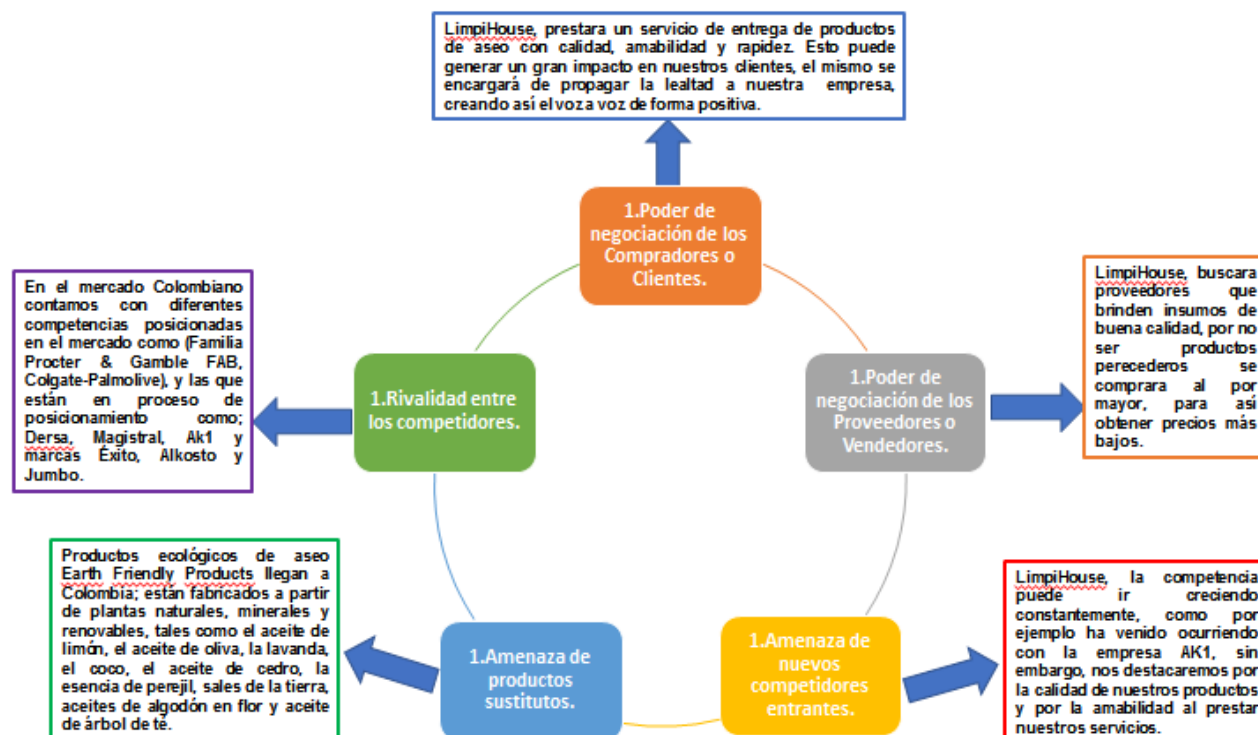
Proyecto de Grado: Productos de Aseo

	de suscriptores, un 25% más que el año pasado. Sin embargo, expertos aseguran que necesitarán suerte para no ahogarse en la deuda si el ritmo de crecimiento no se mantiene.				nuestro proyecto, ya que es una página destinada para otros fines películas y series.
ECOLOGICOS	Productos ecológicos de aseo Earth Friendly Products llegan a Colombia; están fabricados a partir de plantas naturales, minerales y renovables, tales como el aceite de limón, el aceite de oliva, la lavanda, el coco, el aceite de cedro, la esencia de perejil, sales de la tierra, aceites de algodón en flor y aceite de árbol de té.	X			Es una empresa extranjera, quienes a partir del 3 de octubre llegó con 30 referencias de la marca, que se encuentran en los almacenes Homecenter, de Bogotá. }
	La marca eligió a Colombia como primer país de Suramérica "por su biodiversidad y óptimas condiciones para la inversión extranjera".	X			Puede que lleguen abarcar todo el mercado de productos de aseo, la podríamos considerar como una de nuestras más grandes competencias.
LEGAL	La Decisión 706 de 2008: de la Comunidad Andina de Naciones, CAN, estableció la Armonización de Legislaciones en Materia de Productos de Higiene Doméstica y Productos Absorbentes de Higiene Personal, la lista indicativa de grupos de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal:			X	Nos guía para determinar qué materia prima se puede utilizar, para la fabricación de nuestros portafolio de productos de aseo.
	RESOLUCIÓN 3113 - AGOSTO 5/1998: Por la cual se adoptan las normas de fabricación de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.			X	Nos sirve para saber las normas definidas para la fabricación de los productos de aseo.
	RESOLUCIÓN 1370 - OCTUBRE 22 DE 2010:			X	Es útil para saber qué requisitos o que formatos

	<p>Formatos para la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) de productos de higiene doméstica, y absorbentes de higiene personal, su renovación, reconocimiento y cambios; y la estructura correspondiente del código de identificación NSO.</p>			<p>debemos tener presentes para solicitar el registro sanitario de nuestros productos.</p>
	<p>RESOLUCIÓN 1229 - ABRIL 23 DE 2013: "Por la cual se establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano"</p>		<p>X</p>	<p>A pesar que lo clasificamos como indiferente, consideramos que nos puede servir para tener presente en el momento de la fabricación y muestra ante el ente de control INVIMA, sobre las características que debe tener determinado producto para la inspección y posterior aprobación.</p>
	<p>RESOLUCIÓN 3772 DEL 24 DE SEPTIEMBRE DE 2013: Por medio de la cual se establecen los requisitos para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos. Deroga la resolución 785 de 2013.</p>			<p>Este nos puede ser muy útil para un futuro que nos posicionemos y queramos exportar nuestros productos hacia otros países</p>
	<p>DECRETO 1545 DE 1998: "Por el cual se reglamentan parcialmente los Regímenes Sanitarios, del Control de Calidad y de Vigilancia de los Productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico y se dictan otras disposiciones".</p>			<p>Este Decreto sería de gran ayuda para no incurrir en sanciones y desvíos de lo que determina la ley</p>
	<p>NORMA TÉCNICA NTC COLOMBIANA 5131 2011-11-</p>			<p>Es un ente que si logramos con el pasar del tiempo nos</p>

	30 : Etiquetas ambientales tipo i. sello ambiental colombiano. criterios para productos limpiadores institucionales, industriales y para uso doméstico				certifique, podemos lograr mas credibilidad y posicionamiento de nuestra marca de productos de aseo.
--	--	--	--	--	--

### LAS 5 FUERZAS DE PORTER



### DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO

En esta parte analizaremos, y se desarrollara todo el proceso de análisis correspondiente a todas las variables económicas del mercado objetivo, cual es la población objetivo, localidad, competencias y todos los factores que permitan la comercialización de nuestros productos.

La fabricación y venta de nuestros productos de aseo LIMPIHOUSE S.A.S que se basa inicialmente en detergente y blanqueador líquido, será centralizado en la ciudad de Bogotá. Bogotá es una ciudad centralizada territorial de primer orden que en la actualidad consta con 20 localidades y es como tal el centro administrativo, cultural, económico, artístico, deportivo y turístico de nuestro país.

## **MERCADO**

Los detergentes cumplen hoy en día una función muy importante en el cuidado de la ropa en nuestros hogares, a través del tiempo los detergentes han venido mejorando con diferentes químicos que le han brindado un poco más de calidad al producto, también han mejorado en sus envases múltiples y diferentes presentaciones.

Los detergentes cumplen con una función específica de lavado que hace que las prendas de vestir permanezcan limpias y conserven su calidad intacta, anteriormente estos productos eran adquiridos por amas de casa persona ya con edades avanzadas, pero este comportamiento ha venido cambiando, hoy en día personas jóvenes ya se preocupan por el cuidado de su ropa y tienen criterio y escogencia a la hora de compra, El mercado colombiano es muy fuerte en cuanto a manejo de detergentes se calcula que se manejan más de 292.196 toneladas durante 12 meses, las empresas líderes de mercado en la comercialización de detergentes son: Unilever, Procter y gamble y la colombiana de detergentes. Hablamos que estas empresas tienen el 70% del mercado con una facturación mayor a 2.3 billones, se calcula que Unilever tiene 25.7% del mercado de jabones en polvo con sus marcas FAB Y LAVOMATIC, seguida te la Procter y Gamble con un porcentaje de 24,8 de participación de los detergentes con sus marcas líderes ARIEL con sus marcas líderes ARIEL y ACE, y colombiana de detergentes con sus marcas TOP Y DERSA con una participación del 19.7%. Entre otras compañías con participación en el mercado de detergentes son: PQP, Azul k, Anway.

## **SEGMENTACION DE MERCADO**

Formada en la cordillera oriental de los andes es la capital más alta de américa latina del sur a promedio de 2625 metros de altura sobre el nivel del mar, con una longitud de 33 km de norte a sur y 16 km de oriente a occidente, es la parte económica es el eje central de toda la economía del país destacada por su fortaleza asociada al tamaño de la producción con facilidad de crear empresa, hacer negocios tiene ya una madurez financiera, es una ciudad atractiva para la inversión extranjera y con una gran calidad de capital humano.

En la localidad de Bosa que es donde estamos ubicados es la localidad numero 7 ubicada al extremo sur occidente de Bogotá su extensión es de 2.466 hectáreas correspondientes a un 2.87% del total



del territorio del distrito cuenta en la actualidad con 508.828 habitantes y cinco UPZ (Unidad de Planeación Zonal).

En la actualidad la localidad de bosa cuenta con 330 barrios, de estrato socio económico 1, 2, 3, limita al sur con la autopista norte, la localidad de ciudad bolívar y el municipio de Soacha; al occidente con los municipios de Soacha y Mosquera: al norte con Mosquera y el rio Bogotá y al oriente con la localidad de Kennedy .

Ya nos ubicamos en el sector de bosa Brasil y porvenir que es donde residimos y es donde estará ubicada la empresa estos 2 barrios son contiguos y son bastante comerciales con instituciones educativas con tipos de vivienda colectiva, unifamiliar de estrato socio económico 2 y 3. Con buen transporte y muy cerca al portal de la américas.

En esta investigación de mercado se compactan los principales factores que nos muestren la viabilidad del trabajo con un enfoque de estudio de mercado.

Para nosotros como una empresa pequeña e incursionando en el mercado y después de analizar los porcentajes de participación de las diferentes compañías vemos que micro empresas comparten el 30% restante del mercado a nivel nacional, como nos encontramos ubicados en Bogotá en la localidad de bosa, en los barrios Brasil y porvenir empezando podemos tener una participación del 1.5% y 2.0% de participación en el mercado empezando.

Nuestros productos de aseo van encaminados para las amas de casas que día a día se esmeran por mantener un espacio sano y limpio para sus hijos, esposos y animales.

Inicialmente serán vendidos y distribuidos en los estratos 2 y 3, ya que son Clientes que además de economía, constantemente están buscando calidad y un servicio con amabilidad y cortesía.

## **TAMAÑO DEL MERCADO**

Bosa es la localidad es la localidad número 7 del distrito capital de Bogotá, se encuentra ubicado al noroccidente de Bogotá correspondiente a un 2.87% del total del territorio del distrito los barrios de Bosa Brasil y porvenir comprendido entre la calle 49 sur, con tipos de vivienda por la asociación personas que viven como son: vivienda familiar, unifamiliar y colectiva, estos 2 barrios pertenecen a la UPZ 84 osa occidental se calcula una población de habitantes en donde el 2.4% pertenece al estrato 1 y el 96.7% al estrato 2.

En nuestro proyecto hemos analizado como posibles clientes las familias del conjunto en donde residimos que es un tipo de vivienda multifamiliar, en donde hay 158 casas, ese sería inicialmente nuestros clientes principales teniendo en cuenta también que el sector hay en promedio como 10 conjuntos residenciales que son posibles clientes a futuro, también ofreceremos a nuestros productos a lavaderos de carros y motos, salones de belleza, tiendas de barrio, discotecas etc.

En promedio se vendería nuestros productos a 250 personas inicialmente en el primer mes lo cual nos indicaría que debemos tener una fabricación de 40 litros de detergente y 30 litros blanqueadores, esto se ratifica que es solamente para el primer mes, esperamos una mayor producción y ventas a partir del segundo mes.

## **INVESTIGACION DE MERCADO**

Analizaremos todas las necesidades de nuestros clientes, expectativas esto factores los analizaremos por medio de una encuesta de análisis cuantitativo, el cual las realizaremos en trabajo de campo en sector en donde llevaremos a cabo nuestro modelo de negocio.

La caracterización empresarial de la industria de cosméticos es más compleja que la de detergentes y jabones, debido a la multiplicidad de productos<sup>3</sup> que se elaboran, sus diversos insumos, usos y procesos productivos. Las empresas pertenecientes a esta actividad se encuentran a lo largo de un amplio espectro, desde empresas pequeñas de fabricación artesanal hasta formales y de gran tamaño, que en sus procesos productivos utilizan tecnologías relativamente más sofisticadas. Las empresas Colgate Palmolive y P&G de capital extranjero son las más sobresalientes en la producción de cosméticos (especialmente champús y dentífricos). Las empresas con reconocidas

marcas internacionales han aumentado su participación, aunque reduciendo el porcentaje de producción por parte de las empresas nacionales.

Las empresas nacionales, de tamaño medio, enfocan su producción principalmente hacia la línea de productos de maquillaje, tratamientos para la piel y el cabello aunque algunas también tienen líneas de producción para champús, dentífricos y desodorantes. Empresas con marcas nacionales como Jolie, Mon Reve, Lantik, Vogue, Miss Matila, Smart, Inextra, Top, ofrecen productos de buena calidad con precios para merc.

### **NECESIDADES DE INFORMACIÓN**

El cliente como mayor valor del todo el negocio es el eje fundamental y por lo tanto debemos ofrecerle un producto en el cual cubra su necesidad y con una satisfacción total en un determinado momento. Este producto de detergente y blanqueador del sector de bosa Brasil y porvenir se encamina para las amas de casa que día a día se esmeran por mantener su ropa y el de sus familias en perfecto estado, conservando su calidad y su limpieza total, sin dejar a un lado a los jóvenes de hoy en día que de alguna forma se hacen independiente del cuidado de su ropa. Nuestros productos serán vendidos y distribuidos a las familias y negocios de estrato 2 y 3 del barrio bosa Brasil y porvenir que son personas que además de economía constante buscan calidad.

### **OBJETIVOS DE INVESTIGACION**

En el momento de realizar una investigación lo primero que analizamos son las necesidades del cliente que son:

- Deseo de adquirir un producto a bajo costo
- Facilidad de adquisición de la compra
- Cercanía a su casa donde adquiere el producto
- Variedad del producto en su presentación
- Servicio del producto con entrega a domicilio a la puerta de su casa

Las expectativas de los clientes en el monto de adquirir nuestros productos son:

- Los productos ofrecidos son de calidad
- Economía y confiabilidad

- Se tiene variedad en la cantidad y presentación
- Producto siempre disponible
- Cumple y satisface las necesidades
- Es amigable con el medio ambiente
- El cliente busca un lugar cerca en donde comprar
- El servicio debe ser amable, respetuoso, cordial, y siempre buscando una empatía hacia nuestros clientes

### TIPOS DE ENCUESTA

El tipo de encuesta que manejamos son preguntas concretas y cerradas en donde se maneja un a única opción de respuesta de todo lo formulado, estas encuestas se realizaron en el sector propiamente en la calle tanto como de bosa Brasil como porvenir.

### ENCUESTA DE MERCADO.

<b><i>FICHA TÉCNICA: PARA LA VENTA Y DISRTIBUCION DE DETERGENTE Y BLANQUEADOR EN EL SECTOR DE BOSA BRASIL Y PORVENIR.</i></b>	
<b><i>Objetivo:</i></b>	El fin de la encuesta es identificar las necesidades de los consumidores y su comportamiento a la hora de la compra y que busca en el momento de adquirir su detergente.
<b><i>Segmento:</i></b>	Habitantes de los barrios bosa Brasil y porvenir
<b><i>Estrato:</i></b>	Sector urbano de estratos 2 a 3
<b><i>Sexo:</i></b>	M-F
<b><i>Edad:</i></b>	De los 17 a los 70 años de edad
<b><i>Nivel de escolaridad:</i></b>	Sin medir
<b><i>Tipos de pregunta:</i></b>	Cerradas
<b><i>Tipo de encuesta:</i></b>	Cuantitativas y cualitativas

**Objetivo:** Por medio de la siguiente encuesta que realizara la empresa LIMPIHOUSE S.A.S será la de buscar las necesidades que tiene las familias y hogares del barrio bosa Brasil y porvenir, lo que básicamente queremos saber qué es lo que la gente busca a la hora de comprar un detergente para su hogar o negocio.

### DISEÑO DE ENCUESTA

Para el buen diligenciamiento de la siguiente Encuesta por favor marcar con una X la respuesta que considere conveniente.

**Nombre:**

**Barrio:**

**Celular:**

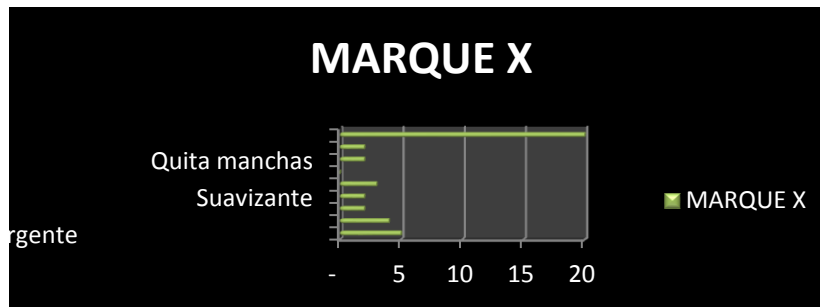
**Estrato:**

<b>1.Cuál de los siguientes productos de aseo es el que más utiliza en su hogar?</b>	<b>MARQUE X</b>	<b>6. En donde compra detergentes y blanqueadores?</b>	<b>MARQUE X</b>
Detergente Ropa color		• Almacén de cadena	
Blanqueadores		• Mini mercado	
Ceras		• Tiendas de barrio	
Suavizante		• Otros _____	
Desinfectantes		<b>7. Al comprar productos de aseo cuanto es su presupuesto?</b>	
Tratamientos para pisos		1 \$5000 a \$10000	
Quita manchas		2 \$10001 a \$ 30000	
Lustra muebles		3 \$30001 a \$ 50000	
<b>2.En el momento de adquirir un producto que es lo que más busca?</b>		4 \$50000 En adelante	
• Calidad		<b>8. Cuando compra un producto de aseo se fija en la marca?</b>	
• Precio		• SI	
• Presentación		• NO	
• Buen servicio		<b>9. Considera usted que la marcas conocidas de detergentes son muy costosas</b>	
<b>3. Cual de estas marcas es su preferida a la hora de comprar detergentes y blanqueadores?</b>		• SI	
<b>Fab</b>		• NO	
<b>Ariel</b>		<b>10. Apoyaría usted con su compra las microempresa que ofrecen productos de aseo como detergentes y blanqueadores, Si o NO y por</b>	
<b>Top</b>			
<b>Azul K</b>			
<b>4. Cuáles son las presentaciones que más utiliza en la compra de detergentes y blaquedores en su hogar?</b>			
• 250cc			
• 330cc			
• 500cc			
• 800cc			
• 1000cc			
• 2000cc			
• 2000cc en adelante.			
<b>5 Cada cuanto compra detergentes y blanqueadores ?</b>			
- Diario			
- Semanal			
- Quincenal			
- Mensual			

Muchas gracias por su participación, para nosotros es de gran ayuda en nuestro proyecto.

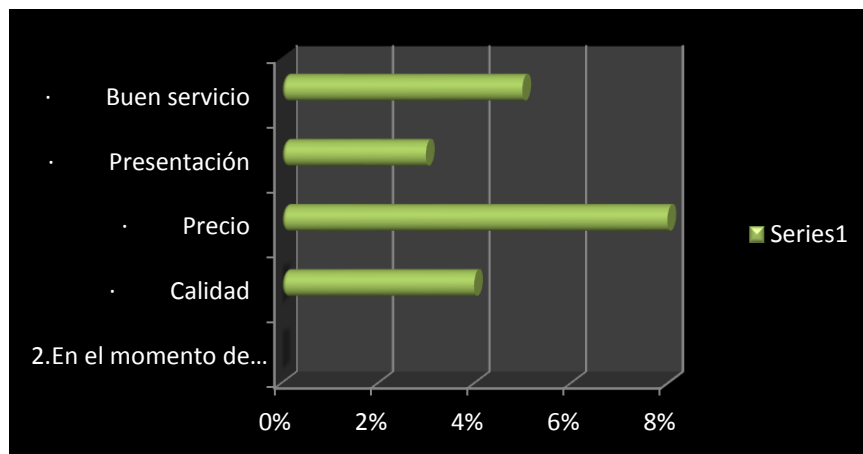
## PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN ANÁLISIS DE LA ENCUESTA (TABULACIÓN).

### 1. *Cuál de los siguientes productos de aseo es el que más utiliza en su hogar?*



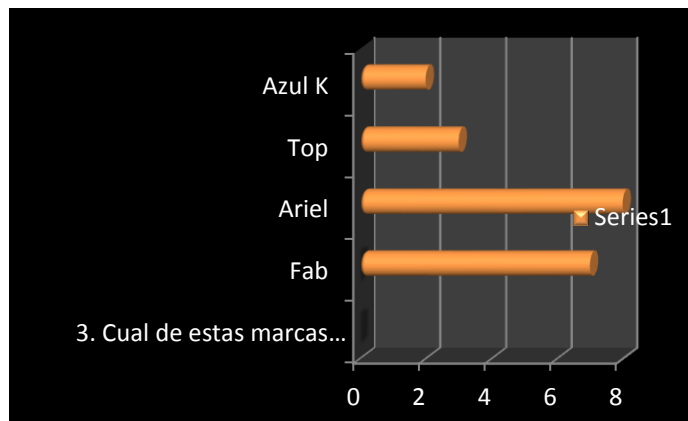
Realizando la encuesta a 20 personas de los barrios bosa Brasil y porvenir vemos que en gran porcentaje lo que se compra con más frecuencia para el aseo de su hogar vemos que los detergentes y los blanqueadores. El cual la muestra nos aporta que estos 2 productos son los que se deben fabricar y vender.

### 2. *En el momento de adquirir un producto que es lo que más busca?*



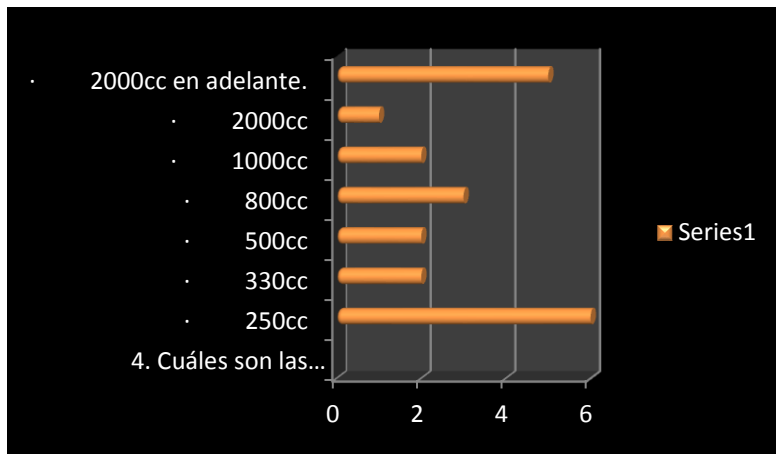
El cliente lo que más busca es precio y después un buen servicio, que son las partes fundamentales que nos enfocamos a la hora de ofrecer nuestros productos, sin descuidar la calidad.

**3. Cuál de estas marcas es su preferida a la hora de comprar detergentes y blanqueadores ?.**



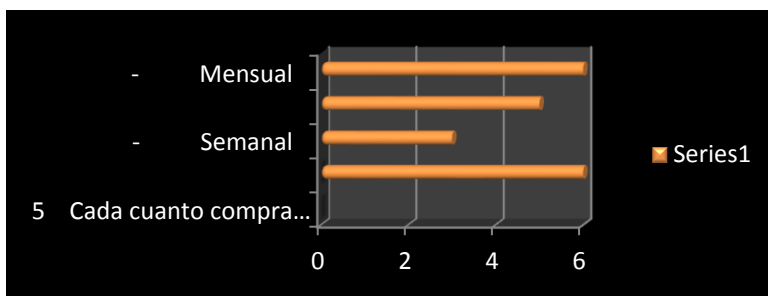
Las personas en sus consumos de detergentes y blanqueadores siempre prefieren o se van por las marcas más grandes o reconocidas, lo que para nosotros puede ser una amenaza clara, lo más importante es poderle llegar al cliente con un buen servicio y cumplimiento.

**4. Cuáles son las presentaciones que más utiliza en la compra de detergentes y blanqueadores en su hogar?**



En esta grafica podemos ver que para las personas en su gran mayoría utilizan o le gusta comprar cantidades grandes de detergentes, pero esto depende también de la capacidad de compra que se tenga en el momento si hay suficiente dinero se puede comprar en cantidades grandes, pero en el momento que no halla toca comprar la cantidad más pequeña y a si se maneja en los estratos 2 y 3.

**5 Cada cuanto compra detergentes y blanqueadores?**



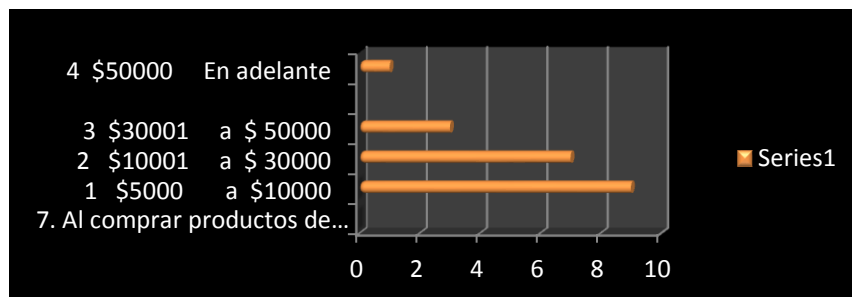
El comportamiento de compra debido al tiempo es muy parejo, ya que en estos estratos socioeconómicos familiares los ingresos son quincenales y mensuales pero también tengamos en cuenta que también se compra al diario por mucha necesidades o situaciones.

**6. En donde compra detergentes y blanqueadores?**



Debido a la lejanía de los almacenes de cadena las personas de estos barrios realizan la compra de sus detergentes en mini mercados y tiendas del sector, lo que nos quiere decir que las personas buscan realizar la compra cerca a sus hogares.

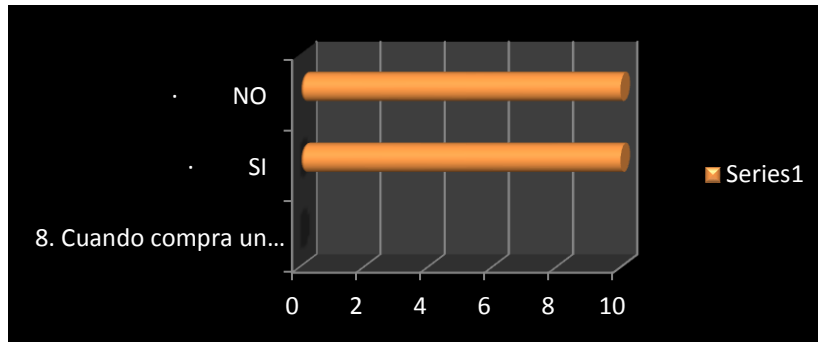
**7. Al comprar productos de aseo cuanto es su presupuesto?.**





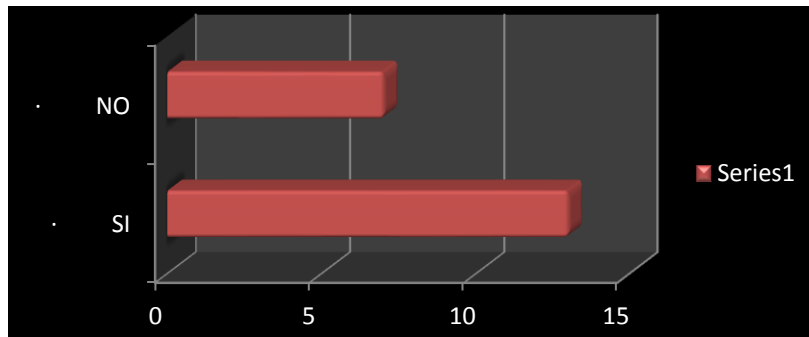
En su gran mayoría la gente selecciono la opción 1 y 2 que va desde el rango entre \$ 5000 y \$ 30000 pesos que eso es lo que la gente de este sector y las amas de casa emplean para la compra de sus detergentes y blanqueadores.

**8. Cuando compra un producto de aseo se fija en la marca?**



Las respuestas de las muestras son iguales, lo que nos quiere decir que el cliente no está determinado por una marca específica, y se puede incursionar en el mercado de alguna forma con nuestros productos.

**9. Considera usted que la marcas conocidas de detergentes son muy costosas**



En su gran mayoría los productos de marca son más costosos puesto que ya tienen una marca posicionada y años de experiencia en este mercado, lo que logramos buscar es lograr incursionar en este mercado con precios bajos pero con un producto de buena calidad y con el valor agregado de que su producto será entregado en la puerta de su casa.

***10. Apoyaría usted con su compra las microempresa que ofrecen productos de aseo como detergentes y blanqueadores, Si o NO y por qué? .***

En las 20 muestras que realizamos las personas del sector y las amas de casa se llega a una conclusión acertada de que estamos en un mercado abierto en donde hay espacio para todos y para las nuevas industrias, las persona nos comentaban que sería bueno probar nuevos detergentes y blanqueadores y más si se puede adquirir a menos costo y que mejor que te lo lleven a tu casa o negocio eso es muy bueno.

**INNOVACION**

Aunque el producto no es 100% innovador es algo que ya existe en un mercado muy amplio como son los detergentes y con grandes marcas posesionadas, lo que queremos es brindar un producto de fácil adquisición a un buen precio y con la facilidad de entrar a sus hogares con una posible solución a una necesidad en el cuidado de la ropa

**CONCLUSIONES DE ENCUESTA**

LIMPIHOUSE S.A.S es una empresa que está incursionando en el mercado más exactamente a la localidad de bosa en el barrio de bosa Brasil y barrio aledaños ofreciendo nuestros productos detergente blanqueador líquido.

La idea es poder llegar a todos los hogares del sector ofreciéndoles un producto de calidad y aún muy buen precio muy justo y alcance de sus bolsillos, con diferentes presentaciones que se ajusten a su necesidad y gusto.

Ofreciendo calidad para su satisfacción y consumo, ya que en ocasiones compramos productos súper costosos buscando garantía en el producto y en realidad nos quedamos con productos que no llenan nuestras expectativas.

Lo ideal es buscar un rápido crecimiento referenciados por nuestra clientela y lograr vender nuestros productos a pequeño negocios, restaurantes, salones de belleza, discotecas y por qué no microempresas.

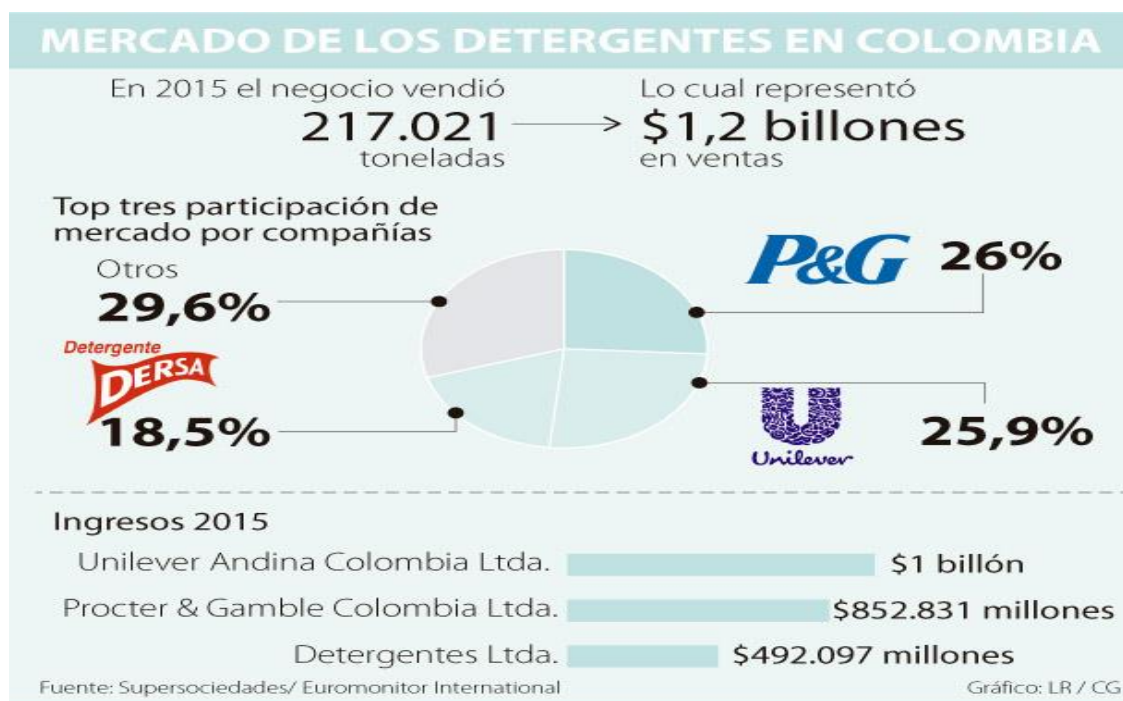
Dándole el valor agregado de llevar su producto a la puerta de su casa y con el mejor servicio para su satisfacción total.

## PLAN DE MERCADO

### ENTORNO GENERAL

Teniendo en cuenta el análisis que realizamos en la tabla de PESTEL, identificamos que en la normatividad y en lo legal tenemos varias ventajas para iniciar nuestro proyecto de negocio, ya que al aplicarlas desde el inicio y durante el proceso de fabricación, nos evitaría reprocesos y las cosas se harían bien desde un principio. Por otro lado, evidenciamos que en cuanto al perfil Político y Económico podríamos tener una desventaja, por las nuevas elecciones que están por venir y porque no se claro con que cambios o ideas llegue el nuevo presidente. Además, es importante precisar que para el crecimiento del PIB es necesario que el nuevo Gobierno implemente varias estrategias que permitan lograr los objetivos de mantener y aumentar la economía de Colombia, situación que permitiría que LimpiHouse lograra cumplir sus metas y porque no posicionarse en el mercado.

### INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA



### ANALISIS DE MARKETING

Es un plan de Marketing de información y análisis correspondiente a las variables económicas y sociales al mercado objetivo, población objetivo, competencia, productos sustitutos y demás factores del mercado de la localidad de bosa que permitan establecer las estrategias necesarias para incursionar en el mercado de forma exitosa.

En la realización de este módulo se compactan los principales factores que inciden en la viabilidad del proyecto desde el enfoque de estudios de mercados, y se presentan las sugerencias y condicionamientos necesarios para poderlos superar. Una oportunidad para llegar con un producto al consumidor con buenos precios, buenas calidad, con finalidad del valor agregado de entrega en a puerta de su casa.

TIPO	OBJETIVO DEL MRKETING
PRODUCTO	Ofrecer 2 productos de calidad a un precio bastante económico, productos de alto consumo.
	Como son detergente y blanqueador líquido para el tratamiento adecuado de su ropa.
	y con el valor agregado de entrega en su casa o negocio.
VENTAS	Realizar nuestras ventas en principio a personas conocidas y allegados para dar a conocer y verificar en un principio la calidad del producto y mirar que tal aceptación tiene el producto.  y que mejor en las ventas que el sistema de voz a voz.
	Dar a conocer inicialmente los productos por el voz a voz , ya después de que allá una aceptación

<b>PUBLICIDAD</b>	crearemos unos volantes con buena publicidad, tarjetas de presentación y más adelante en redes sociales.
<b>PROMOCION</b>	Iniciando se puede manejar ofertas como muestras gratis en tamaños pequeños, obsequios después de ciertas cantidades adquiridas del mismo producto, también puede ser una especie de cupones  Todo esto creando una campaña de fidelización al cliente.

**PRODUCTO:** Detergente y blanqueador líquido para el cuidado adecuado de su ropa, basándonos desde un principio con fabricación de calidad, utilizando las herramientas y elementos adecuados en la hora de la elaboración, para crear y realizar unos productos de calidad y sobre todo enfocarnos en el cuidado del medio ambiente con la utilización de los mejores materiales biodegradables.

Lo que queremos es poder llegar a las amas de casa y diferentes negocios del sector de bosa Brasil y porvenir con unos productos de bajo costo, de fácil acceso, de calidad en diferentes presentaciones para la capacidad de cada persona y con un servicio a domicilio en su negocio o vivienda.

**PLAZA:** La distribución se va a hacer inicialmente puerta a puerta, puesto que como estamos ubicados en el mismo sector se nos hace fácil desplazarnos para llevar nuestros productos y si la venta se realiza un poco más lejos contamos con una motocicleta adecuada para esta tarea, esto es empezando el negocio por que al igual se tiene proyectado comprar unas 2 camionetas para la entrega de pedidos e n grandes cantidades.

Ya después que el producto este más posesionado en el mercado se incursionaría con más fuerza en ventas online y se podría contratar empresas especializadas para entregas inmediatas o manejar entregas prioritarias.

**PRECIO:** La idea principal de este proyecto es ofrecer precios bajos al consumidor final, para que tenga la opción principal de comprar productos económicos y de buena calidad.

**PROMOCION:** Tengamos en cuenta que todo producto iniciando siempre tiene que tener a darse a conocer por medio de una oferta inicial, el pensado es dar unas muestras gratis, una presentación muy pequeña, también ofreceremos después de ciertas cantidades grandes en la compra obsequiaremos más cantidad del producto y con el tiempo se podrían hacer obsequios como productos publicitarios ejemplo llaveros, almanaques, productos para el lavado etc.

**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION:** Inicialmente se ofrecerá el producto por el voz a voz y con tarjetas de presentación en donde irán los números telefónicos, para que posteriormente los clientes hagan sus pedidos por teléfono, en donde se tomara el pedido y se tratara de entregar lo más pronto posible, los pedidos si son cerca s harán en bicicleta, los que son lejos se llevaran en motocicleta, el costo del transporte de la motocicleta será de \$ 25.000 quincenal y mantenimiento \$ 10000 mensualmente.

Para poder estimar los precios del producto y que sean competitivos en el mercado hay que tener en cuenta todos los factores de costo que influyen en el precio final. El cual podemos distribuir de la siguiente manera.

<b>Costo de fabricación, materias primas:</b>	15%
<b>Costos operacionales:</b>	85\$
<b>Gasto de distribución:</b>	1%
<b>Gasto de promoción y comunicación</b>	4%
<b>Gasto administrativo</b>	7%
<b>Gasto personal:</b>	45%
<b>Gastos del valor agregado</b>	4%
<b>Imprevistos</b>	2%
<b>Impuestos</b>	5%
<b>Margen de Rentabilidad</b>	25%

		Mensual	Anual
<b>Costo de fabricación, materias primas:</b>	15%	\$ 1.018.000	\$ 12.216.000
<b>Costos operacionales:</b>	85\$		
<b>Gasto de distribución:</b>	1%	\$ 15.000	\$ 180.000
<b>Gasto de promoción y comunicación</b>	4%	\$ 8.000	\$ 96.000
<b>Gasto administrativo</b>	7%	\$ 35.000	\$ 420.000
<b>Gasto personal:</b>	45%	\$ 600.000	\$ 7.200.000
<b>Gastos del valor agregado</b>	4%	\$ 75.000	\$ 900.000
<b>Imprevistos</b>	2%	\$ 25.000	\$ 300.000
<b>Impuestos</b>	5%	\$ 10.000	\$ 120.000
<b>Margen de Rentabilidad</b>	25%	\$ 250.000	\$ 3.000.000

El precio estimado del litro de detergente es de \$7.500 y el de blanqueador es de \$ 5.500, teniendo en cuenta que se van a vender varias presentaciones en menor cantidad y en mayor cantidad.

### PROYECCION DE VENTA

Teniendo en cuenta el tamaño de la población a la que va ir dirigidos nuestros productos hogares, consideraríamos que mes a mes estaríamos distribuyendo alrededor de 200 litros de detergente líquido y 200 litros de blanqueador, es decir, que basándonos en el costo de fabricación que tiene cada producto por litro detergente es de \$7.500 y el de blanqueador es de \$ 5.500, para 200 hogares nos daría una totalidad de inversión en el primer mes de 1'500.000 para detergentes y 1'100.000 para blanqueador. Lo que nos indicaría que para tener rentabilidad en la venta de cada uno de estos productos es necesario determinar un valor detergente de \$15.000 y el de blanqueador es de \$11.000, lo que significaría que la venta de cada uno de los productos nos generaría una ganancia del 50%.

### CONCLUSIONES

El proyecto es un reto muy importante ya que incursionar en este mercado no es fácil, es una plaza bastante concurrida y saturada por la competencia, para nosotros es un reto importante y que queremos asumir de una manera muy responsable y con todo el estudio de mercado que se necesita para hacer la incursión.

Lo que queremos ofrecer son productos de calidad y economía para satisfacer las necesidades en la comunidad de bosa Brasil y porvenir, llegando a sus hogares con producto a precios justos y alcance de su bolsillo y con el valor agregado de la entrega en su casa o su negocio.

La idea es buscar un rápido crecimiento referidos por nuestros clientes y lograr vender nuestros productos en muchos mercados de Bogotá.

### REFERENCIAS

Bogotá, A. (s.f.). *Alcaldía Bogotá*. Obtenido de Alcaldía Bogotá:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41060>

Colaboracion. (s.f.). *Colaboracion*. Obtenido de Colaboracion: <https://colaboracion.dnp.gov.co>

Deporte, C. R. (s.f.). *Cultura Recreacion y Deporte*. Obtenido de Cultura Recreacion y Deporte:

[www.culturarecreacionydeporte.gov.co/localidades/bosa](http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/localidades/bosa)

Dian. (s.f.). *Dian*. Obtenido de Dian: <http://www.dian.gov.co/>

Dorada, C. (s.f.). *Camara Dorada*. Obtenido de Camara Dorada:

<http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo%20Comercio.pdf>

Planilla, M. (s.f.). *Mi Planilla*. Obtenido de Mi Planilla:

<https://www.miplanilla.com/contenido/empresas/0911-ley-590-del-2000.aspx>

Republica, L. (s.f.). *La Republica*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/empresas/>

Republica, L. (s.f.). *La Republica*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/empresas/>

Senado, S. (s.f.). *Secretaria Senado*. Obtenido de Secretaria Senado:

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)

Shd. (s.f.). *Shd*. Obtenido de Shd: <http://www.shd.gov.co/shd/>