

**BIZPORT**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA BIZPORT PROTECTOR  
SANITARIO DE LA CIUDAD DE BOGOTA EN EL AÑO 2019**



Laura Gineth Cifuentes Gutiérrez

Geraldine Herrera Rath

Eliana Rodríguez Ballesteros

CORPORACION UNIVERSITARIA DE EDUCACION SUPERIOR CUN  
BOGOTÁ D, C  
MAYO 2019

**BIZPORT**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA BIZPORT PROTECTOR  
SANITARIO DE LA CIUDAD DE BOGOTA EN EL AÑO 2019**

Laura Gineth Cifuentes Gutiérrez

Geraldine Herrera Rath

Eliana Rodríguez Ballesteros

PRESENTADO A: Ruth Marcela Rodriguez

OPCION DE GRADO II (12205)

CORPORACION UNIVERSITARIA DE EDUCACION SUPERIOR CUN  
BOGOTÁ D, C

MAYO 2019

**2. TABLA DE CONTENIDO**

3. INTRODUCCION.....	4
4. JUSTIFICACION.....	5
OBJETIVOS.....	5
OBJETIVO GENERAL.....	6
OBJETIVO ESPECIFICO .....	6
5. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	7
5.1 TIPO DE INNOVACION .....	8
5.2 CANVAS.....	9
6. DESCRIPCION MERCADO META .....	12
7. SEGMENTACION DE MERCADO .....	12
8. INVESTIGACION DE MERCADO .....	14
8.1 TENDENCIA DE MERCADO .....	14
8.2 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
MAPA DE EMPATIA.....	16
ANALISIS MAPA DE EMPATIA .....	17
8.3 METODOLOGIA DE INVESTIGACION MERCADOS.....	18
8.4 HERRAMIENTAS DE RECOLECCION DE INFORMACION .....	20
ENCUESTAS .....	20
8.5 ANALISIS DE RESULTADOS ENCUESTA.....	24
9. PLAN DE MARKETING .....	25
9.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO .....	26
9.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCION.....	26
9.3 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD.....	26
9.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION .....	27
9.5 ESTRATEGIA DE PRECIO .....	28
9.6 PROYECCION DE VENTAS.....	29
10. MATRIZ DOFA.....	29
10.1 MAPA ORGANIZACIONAL.....	30
10.2 MANUAL DE FUNCIONES .....	31
11. CONCLUSIONES .....	38

### **3. INTRODUCCIÓN**

“Cuando halamos la cadena del inodoro, los microorganismos se “disparan” hacia el exterior infectando toda el área cercana al inodoro, provocando que la mayor parte de los gérmenes se en zonas como la tapa del inodoro.” Afirma un artículo de Grandes Medios publicado en el 2018 donde nos hablan de los peligros a los exponemos al usar un baño público.

<https://grandesmedios.com/peligros-banos-publicos/>

En algún punto de nuestra vida se nos ha hecho demasiado incómodo hacer uso de un baño público ya que la mayoría de estos los podemos encontrar con olores desagradables y en el peor de los casos sucios, por ello, en muchas ocasiones tendemos a retardar nuestra visita al baño, sin embargo, se ha descubierto que aguantar las ganas de orinar puede traer muchas consecuencias. Un artículo publicado por el sitio web “Muy interesante” nos advierte de aquellas consecuencias por aguantar ir a orinar, aquellas van desde una infección en el tracto urinario hasta daños en los músculos del suelo pélvico o inclusive piedras en los riñones.

<https://www.mundiario.com/articulo/mundilife/aguantar-ganas-orinar-perjudiciales-consecuencias-salud/20171124153432107160.html>

En el siguiente trabajo se dará a conocer un proyecto innovador llamado Bizport el cual tiene como objetivo principal generar un producto que contribuya al cuidado de las personas a la hora de hacer uso de un baño público.

## **4. JUSTIFICACIÓN**

Se percibió una oportunidad de negocio basado en la problemática que se presenta a la hora de hacer uso de un baño público, por ende, se decidió crear este producto ya que innovador, simple y fácil de usar con un bajo costo que tiene como fin suplir aquella necesidad. Se pretende demostrar cómo será el desarrollo de este proyecto, mediante la investigación y recolección de datos. Se quiere plasmar cómo el hacer uso de los baños públicos puede estar afectando nuestra higiene íntima, para ello se quiere hacer una distribución masiva del producto para que a los usuarios se les haga fácil obtener el producto en cualquier lugar y cualquier momento, evitando así posibles accidentes incómodos para aquellas personas que, por su trabajo, hobbies y/o actividades diarias deben hacer uso frecuente de aquellos baños públicos

Se hablará de cómo será su desarrollo como idea de negocio identificando los diferentes factores con lo son a nivel de marketing, competencias, segmentación del mercado. Su finalidad se basa en hacer conocer este proyecto para posibles préstamos bancarios o inversores para el desarrollo del mismo.

## **BIZPORT**

### **OBJETIVO GENERAL**

Convertirnos en la mejor herramienta de fidelización consiste en superar constantemente las expectativas de nuestros clientes, asegurar una fuerte relación con el cliente, y además una base sólida de clientes que sea capaz de recomendar, y seguir el producto.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

#### **1. Captar y fidelizar**

- Posicionar nuestra marca en la mente de nuestro público objetivo, asociándola a unos valores compartidos y estableciendo un vínculo emocional.

#### **2. Posicionar**

- Nuestro producto es novedoso por lo tanto se busca por medio de esta cualidad la generación de una demanda que satisfaga y cumpla con las metas de la empresa.
- Dando paso un producto cuyas expectativas sea muy superiores y su calidad sea una base sólida y duradera para el aumento de su demanda.

#### **3. Generar demanda**

- Se busca influir en las percepciones de los clientes, superar sus expectativas para modificar sus comportamientos.
- Desarrollar conocimiento y así crear preferencia hacia el producto.

#### **4. Construir marca**

- Conocer al cliente, crear y mantener una imagen de marca para ganar visibilidad y mejorar el posicionamiento tanto en el mercado como en los medios de comunicación como lo es las páginas web

## **BIZPORT**

- Aumentar contactos y ventas a través de una mayor interacción con el cliente.

### **5. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO**

Nuestro cuidado íntimo debe ser tan importante como comer tres veces al día, pues de no ser así esto nos puede traer grandes consecuencias a corto y largo plazo.

Existen distintas causales por las cuales podemos llegar a estar expuestos a perjudicar nuestra higiene íntima como lo es el simple hecho de hacer uso de un baño público, muchos de nosotros a causa de nuestras labores diaria debemos usar estos baños siendo nuestra única opción, sin embargo, en muchas ocasiones nos encontramos con que estos baños están sucios o tienen un olor bastante desagradable, sin ser conscientes de las bacterias, infecciones e incluso enfermedades que podemos contraer allí hacemos uso del inodoro sin siquiera tomar precaución alguna, o incluso en el peor de los casos optamos por la opción de aguantar ir al baño trayendo consigo mismo problemas en nuestra vejiga.

Bizport es un producto diseñado para cubrir dicha necesidad, se trata de un protector para la tasa del inodoro el cual consta de una primera capa hecha de plástico a base de almidón de yuca el cual evitará que se traspase cualquier suciedad que se encuentre en el inodoro, una segunda capa de tela la cual está hecha con hebras de bambú y por último Bizport contará con tres puntos adheribles para obtener una mayor fijación en el inodoro, todo esto con el fin de cuidarnos a la hora de usar el inodoro y al mismo tiempo cuidar nuestro medio ambiente ya que los productos con los que está diseñado Bizport son amigables con el medio ambiente y cada uno dura menos de 100 días en descomponerse.

Esta idea se centra en aquellas personas que diariamente se encuentran expuestos a estos baños públicos.

## **BIZPORT**

El objetivo de Bizport es que no tengas que poner en riesgo tu salud íntima por la suciedad de los baños, teniendo este producto en todo momento y lugar.

### **5.1 TIPO DE INNOVACIÓN**

El tipo de innovación de Bizport es incremental ya que este producto lo podemos encontrar en el mercado, pero estos están hechos de papel así que al ponerlo en el inodoro se va a correr y se va a traspasar lo que haya en el inodoro, el valor agregado que da Bizport es la tela biodegradable ya que esta no dejará traspasar nada y sus puntos adheribles no dejará que se corra de su sitio.



## BIZPORT

<b>PROBLEMA:</b>	<b>SOLUCION:</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR:</b>	<b>VENTAJA INJUSTA</b>	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b>
<p>A todas las personas en algún momento les ha molestado utilizar un baño público por miedo a contraer una infección genital debido a estar expuestas a ciertas bacterias tales como el E. coli, la Shingela, la fascitis, neurotizante, el estafilococo, infecciones urinarias entre otras.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baños públicos.</li> </ul>	<p>Bizport es un producto encaminado a cubrir dicha necesidad de manera práctica y eficiente. Se trata de un protector en forma de bizcocho que posee una cubierta desechable con tela biodegradable a base de aloe vera y manzanilla la cual no irrita la piel, también posee una cubierta autoahderible a la tasa del baño y además de eso contiene un pañito húmedo desinfectante para el</p>	<p>Los problemas que resuelven nuestro producto: Seguridad al hacer uso del servicio de baños públicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evitar el contacto directo con el inodoro</li> <li>• El protector Bizport tiene el 99% de protección contra bacterias e infecciones, ocasionadas por el uso de los baños públicos.</li> <li>• Comodidad.</li> </ul>	<p>Actualmente en el mercado ya hay un producto `parecido nuestro valor y ventaja es que Bizport además de ser un protector para el bizcocho de los baños posee una cubierta desechable con tela biodegradable a base de aloe vera y manzanilla haciendo que este producto al contrario de otros de mayor seguridad al momento de usarlo.</p>	<p>Mujeres y hombres con ingresos promedio que en su lugar de trabajo tengan la necesidad de utilizar baños públicos.</p> <p>Personas que vivan en Bogotá</p> <p>Entre personas de 20 a 30 años que este expuestos a utilizar este tipo de baños ya sea por trabajo o por ir a visitar centros comerciales y demás.</p>

## BIZPORT

<p>inodoro y un guante desechable para así evitar cualquier tipo de contacto con estos baños público</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viabilidad, Bizport es un producto económico y accesible para cualquier tipo de personas.</li> </ul>		
<p><b>RECURSOS CLAVES:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es fácil de usar.</li> </ul>	<p><b>CANALES:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uno de los recursos principales, es que nuestros insumos son en material biodegradable.</li> <li>• Nuestras ventas tienen cobertura a nivel nacional y entrega puerta a puerta</li> <li>• Contamos con una plataforma para compra on- line.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No irrita la piel y ayuda al medio ambiente al ser un producto elaborado con materiales biodegradables.</li> </ul>	<p>¿A través de que canales/medios contactarás y a tus clientes?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad en la Web y Redes sociales para que el cliente final pueda conocer sobre el producto.</li> <li>• Anuncios en las calles, en especial en lugares como farmacias, o centros comerciales.</li> <li>• Tiendas</li> <li>• Dispensadores públicos.</li> </ul>	

## BIZPORT

<b>ESTRUCTURA DE COSTOS:</b>	<b>INGREOS:</b>
<p data-bbox="296 329 499 354"><b>COSTOS FIJOS:</b></p> <ul data-bbox="296 396 663 691" style="list-style-type: none"><li data-bbox="296 396 510 420">• Impuestos</li><li data-bbox="296 462 489 487">• Alquiler</li><li data-bbox="296 529 663 553">• Mano de obra indirecta</li><li data-bbox="296 596 573 620">• Administración</li><li data-bbox="296 662 569 686">• Mantenimiento</li></ul> <p data-bbox="296 730 579 755"><b>COSTOS VARIABLES</b></p> <ul data-bbox="249 797 590 1114" style="list-style-type: none"><li data-bbox="249 797 474 821">• Materia Prima:</li><li data-bbox="249 834 373 859">• Sábila</li><li data-bbox="249 872 537 896">• Materiales generales</li><li data-bbox="249 909 569 933">• Material biodegradable</li><li data-bbox="249 946 394 971">• Plástico</li><li data-bbox="249 984 527 1008">• Envase y embalajes</li><li data-bbox="249 1021 373 1045">• Bolsas</li><li data-bbox="249 1058 590 1083">• Comisiones sobre ventas</li><li data-bbox="249 1096 436 1120">• Maquinaria</li></ul>	<p data-bbox="1066 329 1934 824">Para el valor del producto se realiza la respectiva liquidación del mismo, teniendo en cuenta el costo de la materia prima así estableceremos el precio de venta. Nuestros posibles clientes están dispuestos a pagar desde un treinta por ciento hasta un sesenta por ciento más del costo de cada producto. Sus medios de pago son en efectivo, con la estrategia que queremos implementar en los baños públicos, se divide en dos formas si son directamente para los clientes mayorista se manejan de dos manera; a crédito y ha contado.</p>

## **BIZPORT**

### **6. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO**

Nuestro mercado meta va dirigido a todas aquellas personas que ya sea por su trabajo, hobbies y/o actividades diarias, se ven obligados a hacer uso de estos baños públicos, por ejemplo, si eres un ejecutivo comercial que diariamente tienes que estar visitando a tus clientes en varios lugares de la ciudad y por ende debes tomar el baño prestado o usar un baño público, aquí es donde te topas con Bizport en un dispensador del baño y decides usarlo y cuidar tu salud íntima sintiéndote más seguro y cómodo.

### **7. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Segmentación del mercado:

**Mercado meta diferenciado:**

Mujeres y hombres con ingresos promedio que estén dispuestos, sientan y tengan la necesidad según condiciones variables y características de obtener este producto.

- Características de mujeres y hombres:
- Vulnerables a infecciones
- Empleados donde su lugar de trabajo les obliga a utilizar baños públicos
- Frecuentemente utilizan baños públicos

#### **Variables de segmentación**

- Geográficas: Bogotá
- ✓ **Psicográficas:**

Mujeres y hombres que les gusta bastante visitar centros comerciales ya sea por ir de compras, comer en restaurantes etc. y por ello deben hacer uso frecuentemente de los baños públicos.

## **BIZPORT**

### ✓ **Demográficas:**

- Profesión: cualquiera que les obligue a hacer uso de baños públicos
- Sexo: indiferente
- Edad: Según un artículo del periódico El Tiempo, el 25 por ciento están entre los 20 y 39 años (419.000 personas), lo que se acomoda al promedio de edad en la capital, que ronda por encima de los 30 años.

Fuente: <https://www.eltiempo.com/bogota/poblacion-por-edades-de-bogota-2017-109238>

## **PERFIL DEL CLIENTE**

María es una persona que trabaja en el área de ventas de una empresa, su trabajo le obliga a visitar constantemente a sus clientes, por lo tanto, a María se le hace muy incómodo tener que hacer uso constante de baños públicos por miedo a contraer infecciones e incluso enfermedades.

## **8. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **8.1 TENDENCIA DE MERCADO**

Nuestro producto va encaminado a la tendencia asista ya que es un producto innovador y por ello se presentará un aumento de ventas ya que a medida que las personas van conociendo el producto las personas se irán interesando más e irán adquiriendo más el producto.

La salud íntima en Colombia es un tema que le importa bastante a los colombianos, sin embargo, la mayoría no se percata de la cantidad que riesgos que toman al salir de su casa, la higiene íntima es un tema demasiado importante de tratar diariamente ya que esto permitirá a las personas tener una vida más saludable y poder interactuar con el resto de las personas a nivel sexual.

La salud íntima hace parte de la vida cotidiana de los colombianos, aunque el mercado va más centrado en ofrecer productos para el cuidado más a nivel superficial y lo demás se queda como un tema totalmente trivial. Un estudio indica que en los baños públicos y haciendo énfasis en el inodoro se encuentran millones de microorganismos que estos pueden lleagra a poner nuestra salud íntima en peligro.

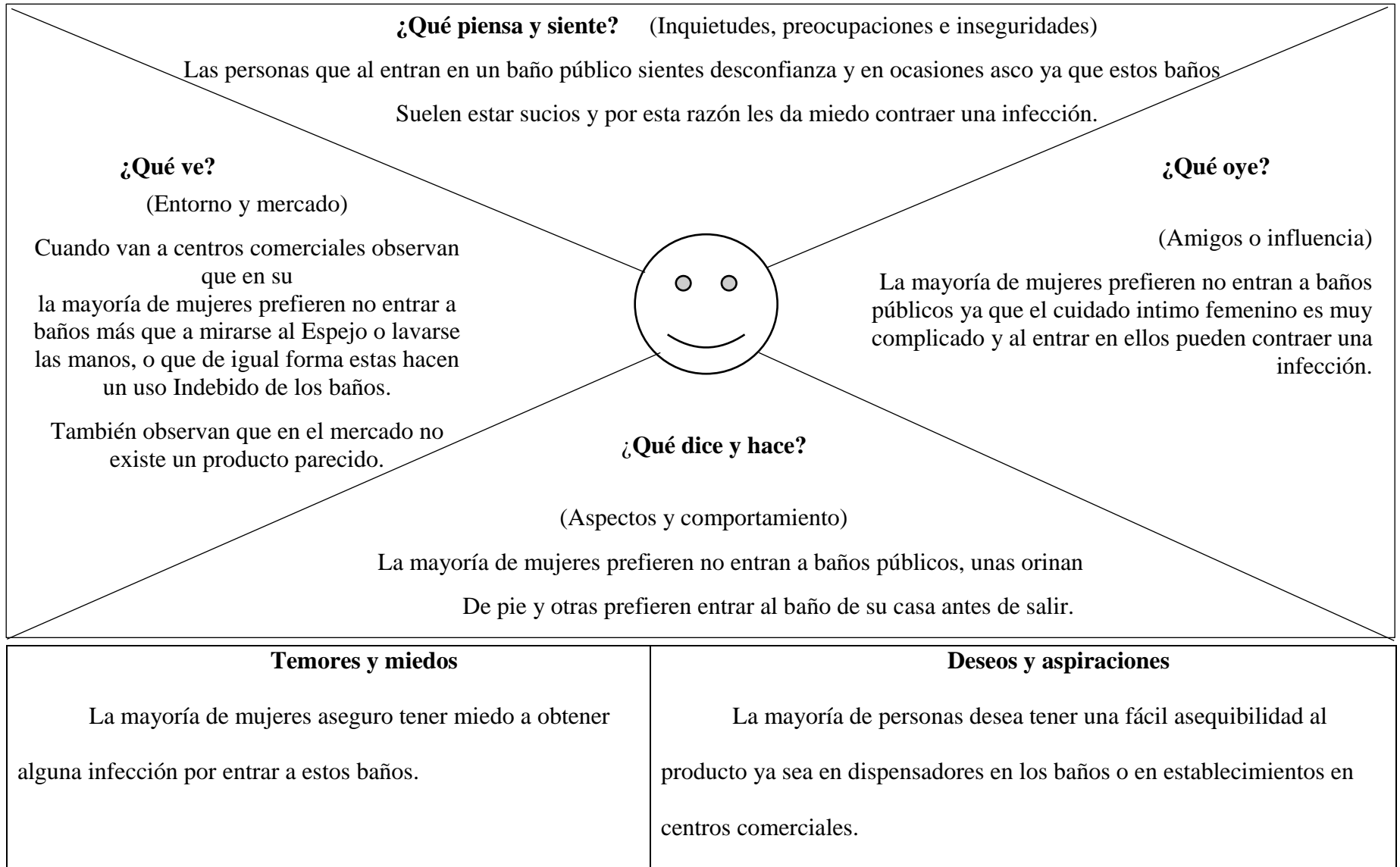
En los últimos años, en Colombia se ha creado una tendencia en Twiter con el hashtag #ADormirSinPantis el cual nace de una campaña impulsada por el jabón íntimo Lactacyd del laboratorio francés Sanofi que enseña a las mujeres colombianas sobre el cuidado íntimo, esta tuvo impacto en más de 13'500.000 en solo 11 días el cual equivale al 50% de los interactuados.

#ADormirSinPantis es una tendencia que enseñó a millones de mujeres colombianas a prestar atención al cuidado de la salud íntima femenina a través de la enseñanza de actitudes simples que hacen la diferencia en su salud íntima.

**8.2 ANALISIS DE LA COMPETENCIA**

Nombre del competidor	Nombre del producto	precio	fortaleza	debilidades	Observaciones
Productos Maxilimpio EU	Protector Sanitario	\$700	El producto que ofrecen es muy económico.	No es alérgico y no es adherible.	Solo es vendido en la página de internet de Homecenter
Samaju	Fundas de papel para asiento de inodoro	\$1.200	Es cómodo, cuenta con aislamiento impermeable es higiénico.	No es alérgico y no es adherible	A pesar de ser un producto colombiano solo se encuentra en mercado libre y amazon
ROSENICE	Protector de papel sanitario para el inodoro	\$1.200	Es biodegradable.	No es alérgico, no es adherible y deja traspasar la humedad del inodoro.	Son muy desechables, se asemeja a poner papel higiénico alrededor del inodoro.

**MAPA DE EMPATIA**





## **BIZPORT**

### **ANALISIS MAPA DE EMPATIA**

En los resultados de la encuesta y al hacer el mapa de empatía nos dimos cuenta que en su mayoría las mujeres no entran a los baños públicos ya que estos suelen estar sucios y de igual manera otras personas que los usan pueden tener falta de higiene, es por esta razón que al entrar a uno de estos lugares sienten desconfianza, asco y temor de poder obtener alguna infección en los genitales. En su mayoría las mujeres se abstienen a entrar a estos lugares y si lo hacen desean tener un producto de fácil acceso que les impida todo tipo de contacto con el biscocho del baño.

#### **Investigación de mercados**

Características diferenciadoras a Bizport: No es alergénico, no se adhiere

#### **2. Sumaju**

Fundas de papel para asiento de inodoro

Aislamiento impermeable, anti bacterias, higiénico, cómodo.

Valor: 1.200 unidad

Características diferenciadoras a Bizport: No es alergénico, no se adhiere

#### **3. ROSENICE**

Hecho en papel biodegradable

Valor: 1.200

Características diferenciadoras a Bizport: No es alergénico, no se adhiere, deja traspasar la humedad del inodoro.

### **8.3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

Inicialmente se realizó una entrevista en la localidad Antonio Nariño en el barrio Restrepo, donde su población es de 76.226 personas y predomina el sexo femenino. Como podemos observar en las encuestas predominan las mujeres a donde tenemos que llegar con nuestro producto, como nuestro producto no se encuentra en circulación, el 50 % de las respuestas si les interesa nuestro artículo, ya que en su mayoría las mujeres estamos expuestas a todo tipo de bacterias e infecciones y es un punto de los preocupantes por la salud íntima. La vagina es un conducto fibromuscular elástico recubierto con una mucosa poblada de microorganismos beneficiosos que la protegen de ser colonizada por virus, bacterias y hongos patógenos oportunistas que pueden causar una infección, como la candida o el virus del papiloma humano. Por ello, lo más importante de la prevención es mantener la flora natural en perfecto equilibrio, por esto en la actualidad es un tema de suma importancia ya que ahora nos cuidamos con más elementos que nos pueden ayudar a suplir esta necesidad para la salud íntima.

Como sabemos orinar es fundamental para nuestra salud incluso aunque no existan ganas reales de orinar, es clave intentar hacerlo de todos modos porque el flujo de orina ayuda a eliminar las bacterias de la uretra. Las infecciones urinarias ocurren por ejemplo cuando las bacterias que normalmente viven en la vagina o el colon se empujan inadvertidamente en la uretra durante la actividad sexual. Estudios muestran que los baños son los que más bacterias acumulan porque se usan más a menudo.

La persona encuestada al momento de explicarle sobre el producto, se interesaron mucho más por cuidar de su salud en áreas donde están expuestas a tantos peligros, y además a un precio muy bajo por un producto que puede evitar muchas enfermedades.

## BIZPORT

$$N = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,8 \cdot 0,2}{(0,05)^2} = \frac{3,92 \cdot 0,8 \cdot 0,2}{0,1} = 6.272$$

Según el tamaño de la muestra se deben realizar 240 entrevistas al segmento de la población escogida, pero por falta de tiempo solo se harán 91 entrevistas al segmento de la población escogida

N: Tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza (desviación estándar). = 1,96 confianza 95%

N: Tamaño de la población

P: probabilidad que suceda la investigación o probabilidad a favor

Q: Probabilidad que el evento no suceda

E: Error de estimación = 0,2 = 20%

(N- 1): Factor de corrección por finitud

## BIZPORT

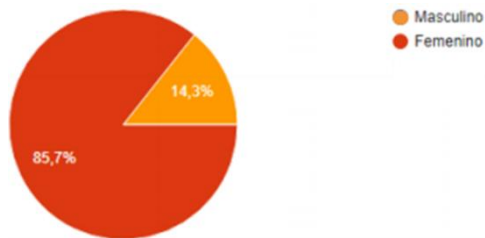
### 8.4 HERRAMIENTA DE RECOLECCION DE LA INFORMACION

Nuestra herramienta de recolección de información se realizó mediante encuestas, con preguntas cerradas, las encuestas se realizaron a 91 personas, en su mayoría mujeres.

#### Análisis de Resultados

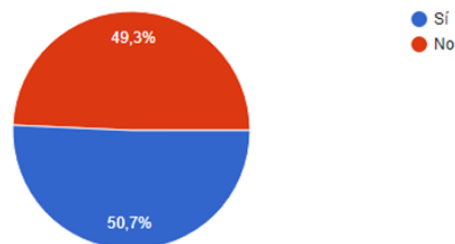
Encuesta:

1. Sexo



- Masculino
- Femenino

2. ¿Cree necesario este producto?

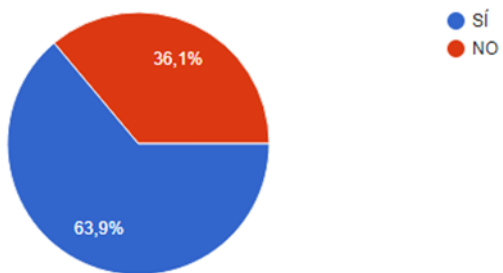


- Sí
- No

3. ¿Cree que hay bacterias en los baños públicos así sean casi inofensivas?

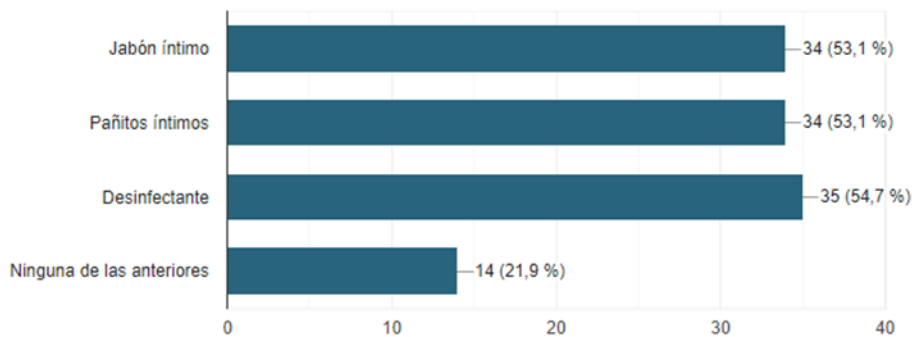
## BIZPORT

- SÍ
- NO



4. ¿Utilizas alguno de estos elementos para cuidar tu salud íntima?

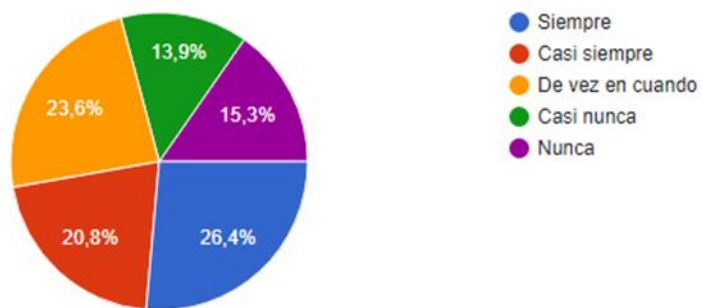
- Jabón íntimo
- Pañitos íntimos
- Desinfectante
- Ninguna de las anteriores



5. ¿Con qué frecuencia compraría el producto?

## BIZPORT

- Siempre
- Casi siempre
- De vez en cuando
- Casi nunca
- Nunca

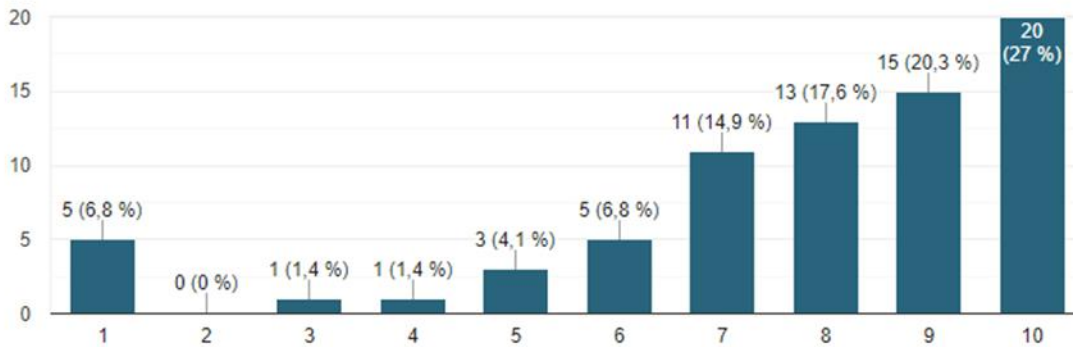


6. ¿Qué cantidades en promedio compraría el producto?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

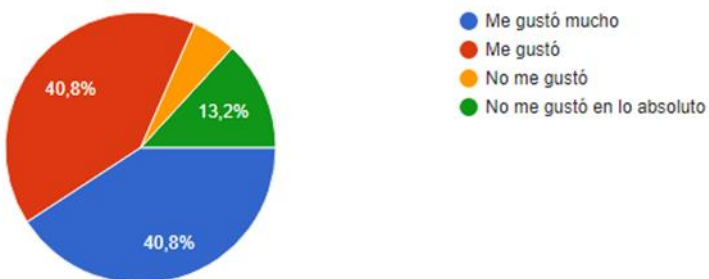
## BIZPORT

- 8
- 9
- 10



7. Después de conocer el producto ¿Qué tanto le gustó?

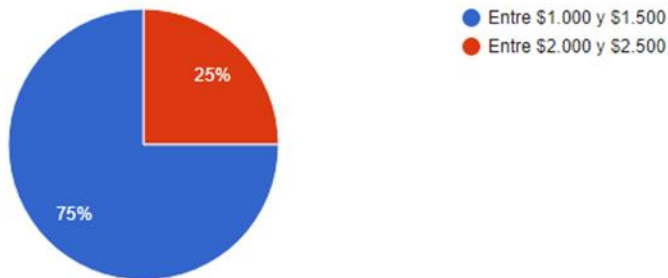
- Me gustó mucho
- Me gustó
- No me gustó
- No me gustó en lo absoluto



## BIZPORT

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

- Entre \$1.000 y \$1.500
- Entre \$2.000 y \$2.500



### 8.5 ANÁLISI DE ENCUESTAS

La introducción que se utilizó en la encuesta fue la siguiente:

Bizport es un protector para la tasa del inodoro el cual consta de una primera capa hecha de plástico a base de almidón de yuca el cual evitará que se traspase cualquier suciedad que se encuentre en el inodoro, una segunda capa de tela la cual está hecha con hebras de bambú y por último Bizport contará con tres puntos adheribles para obtener una mayor fijación en el inodoro, todo esto con el fin de cuidarnos a la hora de usar el inodoro y al mismo tiempo cuidar nuestro medio ambiente ya que los productos con los que está diseñado Bizport son amigables con el medio ambiente y cada uno dura menos de 100 días en descomponerse.

De acuerdo a la descripción anterior por favor responda las siguientes preguntas.

Si no se encuentra interesado en el producto tiene la opción de no responder la encuesta.

Se encuestó a 97 personas de una empresa las cuales se dedican a las ventas donde se observó lo siguiente:



## **BIZPORT**

Más del 80% de la población eran mujeres, esto quiere decir que son las mujeres quienes más se interesaron el producto ya que en la introducción de la encuesta se especificó que si no le interesaba el producto no estaba obligado a contestar la encuesta.

Por otro lado, más del 50% de la población cree que este producto es necesario y un 20% de la población está dispuesto a usar Bizport SIEMPRE que vaya al baño.

Las personas prefieren comprar el producto en grandes cantidades equivaliendo a más de 10 unidades, esto quiere decir que las personas prefieren comprar el producto de esta manera para tal vez poder cagar el producto a todo lugar donde vaya.

A un porcentaje alto (80%) de la población le gustó el producto, por lo tanto, Bizport va a ser bastante agradable para los usuarios.

## **9. PLAN DE MARKETING**



## **BIZPORT**

### **9.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO:**

Nuestra estrategia se basa en presentar un producto que ya se encuentra en el mercado pero que tiene un único valor agregado como lo es el que sea adherible al bizcocho de la taza y que sus materiales sean biodegradables que lo hace diferente a los demás, gracias a esto lograremos un posicionamiento de marca con el cual lograremos un importante crecimiento a nivel nacional y que de igual manera su precio sea accesible para el consumidor final. Esto lo lograremos por medio de publicidad en los diferentes medios de comunicación y promociones en donde incitemos al segmento al que va dirigido nuestro producto a adquirirlo.

Para lograr nuestra imagen deseada contamos con nuestra marca BIZPORT, nuestro logo una nube en tonos azul y blanco que dan la sanación de limpieza y nuestro eslogan comodidad y sencillez donde vallas. Esto era impreso en los empaques de nuestro producto para que la gente lo reconozca con mayor facilidad.

### **9.2 ESTRATEGIA DE PROMOCION:**

Para nuestra estrategia de promoción tenemos:

- Una muestra gratis: cuando nuestro producto este en el mercado dar una muestra gratis es una forma de dar a conocer la calidad de este, y de esta forma garantizar su crecimiento.
- Por la compra de uno lleve el segundo a mitad de precio: una vez que el producto este en crecimiento esta estrategia sirve para que más personas se animen a adquirirlo y de igual forma su crecimiento sea mayor.
- Una vez que el producto ya esté bien posicionado en el mercado nuestro objetivo será fidelizar a nuestros clientes por medio de marketing emocional, esto lo haremos por medio de sorteos o premios a nuestros clientes más frecuentes.

## **BIZPORT**

### **9.3 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD:**

Para crear una buena estrategia de publicidad esta debe adaptarse al presupuesto que tenemos destinado para este.

Para nuestra estrategia de publicidad tenemos:

- Redes sociales: estas suelen ser de bajos costo o en algunos casos completamente gratis, además de ser utilizadas diariamente por miles de personas.
- Comercial de televisión: a través de este podemos llegar a un segmento de clientes de personas mayores que no estén tan relacionados con las redes sociales.

### **9.4 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION:**

- Para nuestras estrategias de distribución utilizaremos la distribución indirecta que hace referencia a un intermediario que tendrá nuestro producto en sus tiendas o almacenes para que puedan llegar a su consumidor final, para poder distribuir nuestro producto es necesario que contemos con un jefe de distribución que será el encargado de que los productos lleguen a su destino final en el tiempo acordado con compradores del producto.
- Para esto nuestro producto serán distribuidos en almacenes de cadena y farmacias para que puedan ser vendidos igual que toallas higiénicas, o cualquier otro producto para el cuidado íntimo.

## BIZPORT

### 9.5 ESTRATEGIA DE PRECIO:

<i>Ítem</i>	<i>Unidad de medida</i>	<i>Valor \$</i>	<i>Cantidad o utilidad</i>	<i>Costo unitario \$</i>
<i>Plástico desechable</i>	metro	3.000	30	900
<i>Tela biodegradable</i>	metro	1.500	30	450
<i>Aloe vera</i>	gramos	12.500	20	350
<i>Extracto de manzanilla</i>	gramos	13.500	20	310
<i>bolsa</i>	paquete	3.500	unidad	35
<i>Arriendo</i>	mes	700.000	unidad	230
<i>servicios</i>	mes	350.00	unidad	250
<i>mano de obra directa</i>		925.148	unidad	650

**Total costo unitario: \$ 3.150**

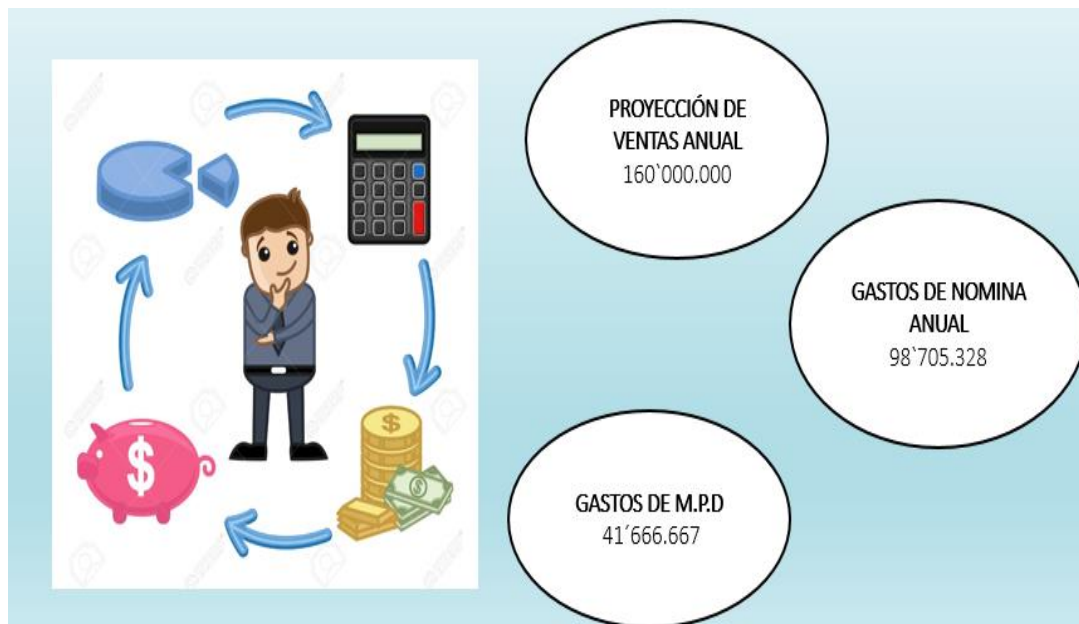
Fijar precio:

- Costeo (10%)  $\$3.150 = 315$
- Competencia (40%)  $\$ 3.000 = 1.200$
- Cliente (50%)  $\$ 3.500 = 1.650$

$\$ 3.200$  precio ponderado

## BIZPORT

### 9.6 PROYECCION DE VENTAS



## 10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

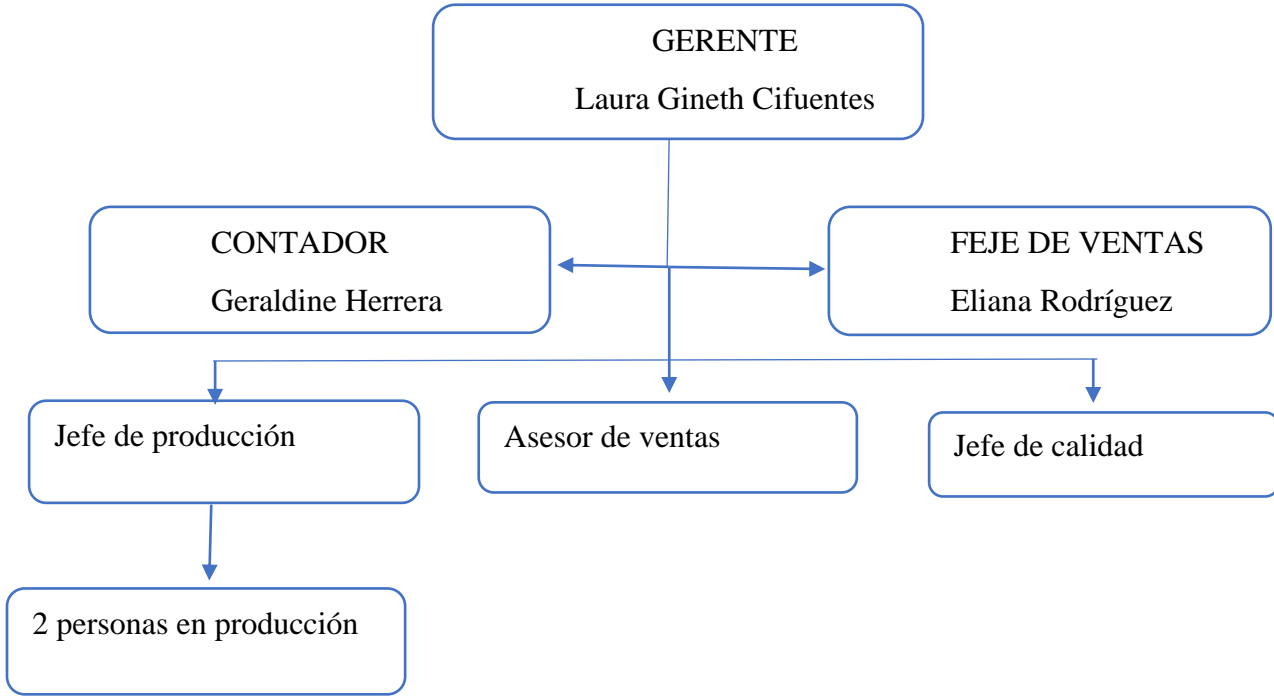
### 10.1 MATRIZ DOFA

<b>FORTALEZAS</b> Materia prima de fácil adquisición y bajo precio. Es hipoalergénico Diferenciación en los productos fabricados de forma tradicional	<b>DEBILIDADES</b> Participación baja en el mercado Falta de conocimiento de la empresa dentro del sector. Puede generar un lento crecimiento al ser un producto nuevo en el mercado.
<b>OPORTUNIDADES</b> El consumidor se encuentra dispuesto a probar nuevos productos. Probabilidad de encontrarnos en los baños públicos.	<b>AMENAZAS</b> Falta de interés de los clientes potenciales. Supermercados pequeños que ofrecen marcas alternativas a bajo costo

# BIZPORT

## 10.2 MAPA OPRGANIZACIONAL

### MAPA OPRGANIZACIONAL



**10.3 MANUAL DE FUNCIONES**



<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>ASESOR DE VENTAS</b>
Dependencia:	Área de ventas
Reporta a (Nombre del cargo):	JEFE DE VENTAS

<b>Requisitos mínimos</b>	
<b>Requisitos de formación</b>	Administrador, comerciante con buen manejo de relaciones sociales
<b>Requisitos de experiencia</b>	un (1) año de experiencia

**Objetivo principal**

Responder por toda la gestión de ventas y desarrollar una labor cobertura asistiendo los clientes asignados y visitando clientes potenciales.

<b>Funciones Esenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Tomar pedidos en los clientes.</li> <li>* Tomar Inventario de los clientes.</li> <li>* Asesorar a los clientes en las ventas.</li> <li>* Informar sobre las actividades promocionales a los clientes.</li> <li>* Realizar merchandising en los dispensadores de los clientes.</li> <li>* Responder por el desarrollo de la zona.</li> </ul>

## BIZPORT



<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>CONTADOR</b>
Dependencia:	Área administrativa
Reporta a (Nombre del cargo):	GERENTE GENERAL

<b>Requisitos mínimos</b>	
<b>Requisitos de formación</b>	Profesional contaduría pública.
<b>Requisitos de experiencia</b>	un (1) año de experiencia

<b>Objetivo principal</b>
---------------------------

Encargado de recibir y administrar el dinero que ingresa al negocio, inventariar todo los productos y materias primas, nomina, coordinación y entrega de información a la empresa que realiza la contabilidad, manejo de cuentas personales del gerente general.

<b>Funciones Esenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido.</li><li>* Llevar los libros mayores de acuerdo con el área técnica contable.</li><li>* Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control y mensualmente entregar al gerente un balance un balance de comprobación.</li><li>* Preparar y presentar las declaraciones tributarias de orden municipal y nacional.</li><li>* Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.</li></ul>



## BIZPORT



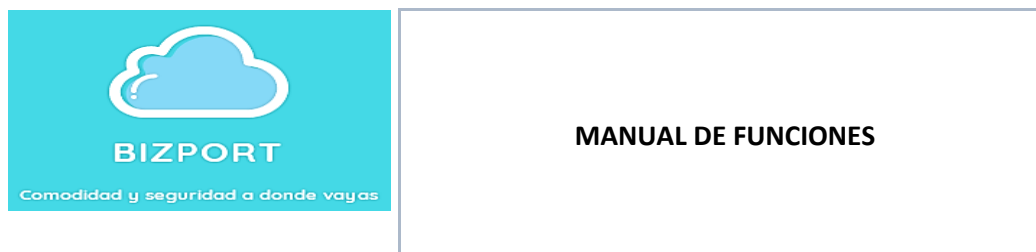
<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>JEFE DE VENTAS</b>
Dependencia:	Área de ventas
Reporta a (Nombre del cargo):	GERENTE

<b>Requisitos mínimos</b>	
<b>Requisitos de formación</b>	Título administración de empresas, administración pública o ingeniería industrial.
<b>Requisitos de experiencia</b>	Dos (2) años de experiencia Profesional relacionada.

### **Objetivo principal**

Es la persona encargada de Cumplir con las metas de venta determinadas por la Gerencia comercial y Marketing para el área de ventas nacionales, internacionales e institucionales, a través de la eficiente administración del departamento y su fuerza de ventas, planificando, ejecutando y controlando estrategias de ventas, generando nuevas oportunidades de negocios, planes de fidelización de clientes y un servicio de venta y post venta de excelencia.

<b>Funciones Esenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* Ejecuta y controla los planes comerciales de la empresa.</li><li>* Posiciona los productos de la comercializadora a nivel nacional.</li> <li>* Organiza y dirige el equipo comercial, reclutando, formando y motivando al mismo.</li><li>* Negociar personalmente los contratos comerciales con grandes clientes.</li></ul>



<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>JEFE DE PRODUCCION</b>
Dependencia:	Área de producción
Reporta a (Nombre del cargo):	GERENTE

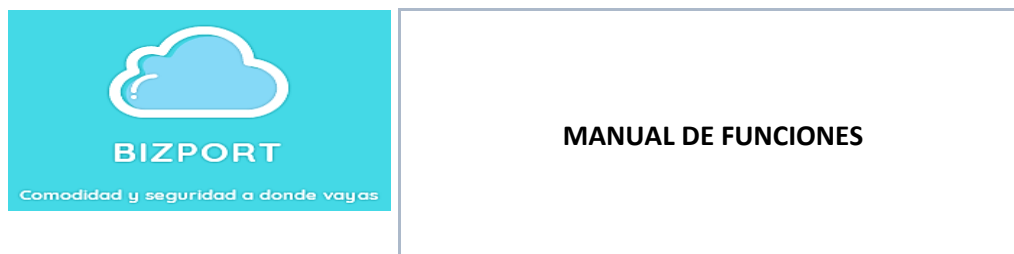
<b>Requisitos mínimos</b>	
<b>Requisitos de formación</b>	Profesional en Administración, contador público, áreas afines
<b>Requisitos de experiencia</b>	un (1) año de experiencia

<b>Objetivo principal</b>
---------------------------

Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, tanto a nivel del producto, como a nivel de gestión del personal obrero, con el objetivo de cumplir con la producción prevista en tiempo y calidad del trabajo, mediante la eficiente administración del departamento a cargo.

<b>Funciones Esenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Gestionar y supervisar al personal a su cargo.</li> <li>* Organizar y planificar la producción de la empresa.</li> <li>* Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima y la distribución y transporte del producto terminado de la empresa.</li> <li>* Coordinar con las diferentes áreas de comercialización, finanzas, recursos humanos una una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas de la empresa.</li> <li>* Optimizar los procesos de trabajo dentro la planta de producción.</li> </ul>

## BIZPORT



<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>JEFE DE CALIDAD</b>
Dependencia:	Área de producción
Reporta a (Nombre del cargo):	GERENTE

<b>Requisitos mínimos</b>	
<b>Requisitos de formación</b>	Título Ingeniero industrial.
<b>Requisitos de experiencia</b>	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada.

<b>Objetivo principal</b>
---------------------------

Es la persona encargada del control de calidad en la producción y ejecución de procesos, como la adecuada manipulación de la maquinaria del área de producción.

<b>Funciones Esenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* Colabora con el resto de la organización.</li><li>* Enfoca su gestión a la orientación de resultados.</li><li>* Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con Objetivos anuales y exponerlos a la Gerencia y Junta Directiva.</li><li>* Planeación y presupuesto del control de calidad de la producción de protectores sanitarios.</li><li>* Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones y objetivos de los diferentes departamentos en cuanto a control de calidad.</li><li>* Realizar los informes a la Gerencia de Planta sobre todo lo concerniente al control de calidad.</li><li>* Lograr un ambiente de trabajo de equipo entre los grupos de trabajo para que se transmita a la empresa total.</li><li>* Ser un facilitador de los procesos.</li></ul>

## BIZPORT



### MANUAL DE FUNCIONES

#### Identificación del cargo

Nombre del cargo:	<b>OPERARIO DE PLANTA</b>
Dependencia:	Área de producción
Reporta a (Nombre del cargo):	JEFE DE PRODUCCION

#### Requisitos mínimos

<b>Requisitos de formación</b>	Bachiller
<b>Requisitos de experiencia</b>	seis (6) meses de experiencia

#### Objetivo principal

Persona encargada del doblado despápele colores para producir un barco de papel.

#### Funciones Esenciales

- \* Realizar la tarea del ensamble para producir un protector sanitario.
- \* Realizar otras tareas relacionadas con el proceso de producción en la planta.
- \* Ayudar a organizar la producción de la empresa.
- \* Ayudar a organizar el aprovisionamiento de materia prima y la distribución y transporte del producto terminado de la empresa.
- \* Coordinar con el jefe de producción y otros auxiliares de planta el trabajo efectuado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas del área de producción.
- \* Ayudar a optimizar los procesos de trabajo dentro la planta de producción.



<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>GERENTE GENERAL</b>
Dependencia:	Área administrativa
Reporta a (Nombre del cargo):	REVISOR FISCAL

<b>Requisitos mínimos</b>	
<b>Requisitos de formación</b>	Profesional en Administración, contador público, áreas afines
<b>Requisitos de experiencia</b>	un (1) año de experiencia

<b>Objetivo principal</b>
---------------------------

Responder por toda la gestión, control y dirección de manera adecuada de la empresa.

<b>Funciones Esenciales</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* Establecer las políticas, objetivos y programas de la empresa.</li><li>* Controlar y dirigir el buen funcionamiento de la empresa.</li><li>* Coordinar con los proveedores el abastecimiento oportuno de los productos.</li><li>* Garantizar el mejoramiento continuo de los servicios prestados.</li></ul>

## **11. CONCLUSIONES**

- El presente proyecto de emprendimiento y elaboración de empresa permitió establecer la viabilidad de realizar y comercializar protectores sanitarios para el cuidado íntimo.
- Se definió los segmentos del mercado en los que se enfocara el proyecto de empresa que es: inicialmente en la ciudad de Bogotá D.C en los eventos masivos, colegio y universidades.
- Es fundamental la relación Empresa/Cliente ya que permitirá conocer los gustos y/o puntos de vista que tiene el cliente lo que ayudara a la expansión de nuestra marca y así poder ser reconocidos en los centros comerciales que es nuestro mercado meto y objetivo, generando la satisfacción del cliente y por ende el éxito de la empresa.