

Proyecto Cepillo CDA

Alejandra Jiménez Romero
Jenny Carolina Ruiz Córdoba

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN
Programa de Negocios Internacionales
Creación de Empresa 2
Bogotá D.C
2020

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
Descripción de la Idea de Negocio.....	4
Modelo de Negocio.....	5
Innovación Sostenible.....	9
Análisis Del Sector.....	10
Análisis de Porter	12
Marketing Mix.....	14
Figura 2 Figura 3	15
Figura 5	15
Fijación de precios basado en la competencia	17
Tabla 5.....	18
Desarrollo de marca.....	21
Matriz desarrollo de marca.....	22
Estrategia de marketing digital	23
Métricas clave	26
Estadísticas.....	27
Estudio técnico.....	28
Método de Escalación.....	34
Método de escalacion.....	34
Estudio técnico II Ingeniería del proyecto.....	36
Flujograma del proceso	39
Estudio técnico III Ficha técnica	42
Producto mínimo viable.....	46
Conclusiones	47
Referencias	48

INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como objetivo describir un producto innovador el cual es un cepillo con diferentes productos fusionados en uno solo y elaborado en material amigable con el medio ambiente, el cual causará un impacto social y ambiental que beneficiara a los consumidores, este se desea sacar al mercado y mostrar la calidad del producto y lograr que las personas lo prefieran, la idea de este producto surge a partir de la necesidad de reducir espacio y dejar atrás el llevar todo un kit de utensilios de aseo bucal por aparte y crear un producto más eficiente y llamativo a los ojos del consumidor teniendo en cuenta diferentes análisis del entorno.

De igual manera, centrandolo más hacia lo real describimos algunas estrategias de marketing mix que emplearemos además de interactuar con diferentes herramientas de marketing digital, adecuándose a las nuevas tecnologías y llegando más fácilmente a los clientes potenciales, estimando también costos aproximados de pre operación y de operación.

Descripción de la Idea de Negocio

Tabla 1

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Descripción del producto: Es un cepillo dental hecho de bambú que cuenta con 5 beneficios en 1 solo, el cepillo tradicional tendrá compartimientos para cada uno de los productos que lleva fusionados, donde irán distribuidos adecuadamente, el cepillo interdental para el uso de los brackets estará ubicado a un lado donde a la hora de retirarlo y utilizarlo será sencillo, otro compartimiento para la seda dental estará en la parte posterior y superior del mango, otro donde sale la crema dental que estará en la parte interna del mango del cepillo teniendo un conducto que lleva la crema hasta las cerdas, por último el enjuague bucal que se encontrara en la parte inferior del mango que será similar a un mini envase para llevar la cantidad necesaria de tal producto, esto para aumentar la practicidad y facilidad para llevar todos los utensilios en uno solo, a donde sea, pudiéndose recargar con los demás productos según la preferencia del cliente</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>El cepillo va dirigido a aquellas personas, tanto mujeres como hombres de las edades entre 18 a 25, que salgan de sus casas muy temprano ya sea a estudiar, trabajar o viajar y pasen el mayor tiempo fuera de ella, son usuarios que necesitan y prefieren llevar un completo kit de higiene bucal, reduciendo el espacio y el plástico utilizado en estos envases, por lo tanto también son personas que a la vez cuidan el medio ambiente</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>En la ciudad de Bogotá habita una población de 7.743.955 habitantes donde aproximadamente un 70% de esta suelen pasar el mayor tiempo fuera de sus casas realizando sus diferentes actividades y con este producto se busca suplir la necesidad que tiene el cliente a la hora de llevar una correcta higiene bucal cuando no están en la comodidad de sus casas y se les dificulta e incómoda llevar todos estos implementos como la crema dental y en enjuague bucal que son propensos a derramarse en el bolso o maleta.</p> <p>De igual manera se encontró que una persona cambia su cepillo de dientes 3 o 4 veces al año, y a lo largo de su vida desechan aproximadamente 300 cepillos, y si sumamos la población en general de Bogotá, evidenciamos un gran aumento de consumo de plástico y contaminación por esta razón decidimos ofrecer un cepillo con material biodegradable que es amigable con el ambiente. (Portafolio, 2019)</p>

<p>¿Cómo?</p>	<p>La materia prima el cual es el Bambú lo traeremos del Quindío donde hay mayor demanda de este, luego pasará por la transformación y diseño del cepillo en una fábrica capacitada para realizar este proceso y así obtener el producto final; ya terminado el producto se venderá por medio de un e-commerce. nuestro producto primero que todo no tendrá un valor extremadamente alto así que será accesible a los diversos clientes, donde se ejecutarán estrategias muy bien desarrolladas y efectivas como publicidad, credibilidad en los consumidores, de inversión etc...</p>
<p>¿Por qué lo preferirían?</p>	<p>Tiene un precio competitivo, además de ser un producto innovador y práctico ante el mercado cotidiano, además contiene un valor agregado en su material amigable con el medio ambiente.</p> <p>Al ser un producto innovador que contempla 5 usos en uno y además es de material amigable con el ambiente llamará la atención del consumidor y causará un impacto tanto en el mercado de la higiene bucal como en el entorno ambiental donde el cliente dejará a un lado la necesidad de llevar cada producto por aparte y además contribuye con el cuidado del medio ambiente, entonces accederá a comprar nuestro excelente producto fácil de llevar y poco contaminante.</p>

Modelo de Negocio

Estructura del Negocio

Segmento: Nuestro cliente principal estará ubicado en la ciudad de Bogotá, siendo dirigido tanto para mujeres como para hombres entre las edades de 18 a 25 años, donde su estilo de vida, ya sea por su trabajo o estudio no les permita estar mucho tiempo en sus casas y necesitan tener su higiene bucal continua, y a su vez quieren generar un impacto positivo en el medio ambiente reduciendo el consumo masivo de plástico y utilizando un cepillo elaborado de bambú.

Propuesta de valor: El Cepillo CDA brinda a los consumidores un producto completo y práctico ya que unido a él están incorporados todos los productos básicos para una correcta higiene bucal, generando comodidad y satisfacción al usarlo, contando con unas cerdas suaves para el cuidado de las encías y el esmalte de los dientes, también el material es apto para el uso continuo ya que es antibacteriano, adicional tiene un sencillo uso gracias a sus compartimentos para cada producto, y su plus es contribuir al medio ambiente, reduciendo el consumo de plástico en cepillos dentales y por ende disminuyendo los tiempos de degradación, por su material natural.

Arquitectura del servicio: Principalmente necesitaremos un equipo de trabajo capacitado para elaborar el cepillo correctamente optimizando los recursos, además se requerirá personal tanto para la distribución como para la venta del producto. adicional maquinaria y materia prima de igual manera una persona especializada para el desarrollo de la página web como de las redes sociales para asegurar su efectividad y legalidad y por último contar con la asesoría de profesionales en diferentes áreas para la correcta organización de la empresa.

Costo y precio: Debemos invertir en maquinaria, en la publicidad, en la materia prima, en las plataformas digitales, en mano de obra, en la distribución del producto y en el establecimiento de producción, de esto dependerá el precio del producto.

Mecanismos de entrega: En cuanto a darlo a conocer al consumidor se promocionará por medios digitales brindando información acerca de que es, como utilizarlo y porque comprar el producto, mostrando sus beneficios y valor agregado.

Por otra parte, la distribución física se llevará a cabo por medio de un empaque y un embalaje con cajas de cartón reciclables donde en el empaque primario llevará la información del producto, la marca de la empresa y un sello que verifique que es

amigable con el medio ambiente, adicional contrataremos una agencia transportadora que de igual manera este comprometida al cuidado del medio ambiente.

Ganancias esperadas: Minimizar el costo en todos los aspectos del producto como empaque y embalaje, transporte y producción como tal; de igual manera al tener alianzas estratégicas llevaremos el producto a más segmentos de mercado logrando de esta manera generar un mayor margen de ganancias.

Recursos: Teniendo en cuenta que nuestra materia prima es el bambú, podemos decir que es una de las plantas con mayor velocidad de crecimiento y recurso renovable de la tierra por ende este material es más accesible y rentable.

Fidelidad: Para mantener la fidelidad con nuestros clientes esperamos ante todo generar un buen ambiente laboral para nuestros trabajadores, para que cada uno esté dispuesto a dar su mayor esfuerzo con cliente como con el producto y que a su vez cumpla con todas las expectativas de utilidad, de igual manera trabajar con variedad de estilos y colores adecuándose a los diferentes gustos de los consumidores.

Cadena: Principalmente para poder generar alianzas, empezamos a darnos a conocer por medio de nuestra tienda virtual y adicional por redes sociales, para poder llamar la atención de tiendas de cadena y droguerías, donde se beneficien ambas partes tanto ellos, como nosotros, dando exclusividad de nuestro producto.

Modelo de Negocio por Internet

El modelo de negocio de ventas que se usará para comercialización del cepillo será aquel que se conoce como industria de afiliados, el cual consiste en publicar la variedad del producto mediante diferentes distribuidoras virtuales y también por redes sociales

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

La atención de los clientes se captará publicando el producto por redes sociales con material como: imágenes, videos, historias (estados de 24 horas en redes) y descripciones del producto, creando páginas en las diferentes plataformas para tener más alcance.

¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Sin importar mediante qué plataforma el producto sea vendido se usará el mismo método de venta, el cual consistirá en:

El cliente deberá realizar su pedido de acuerdo a las diferentes políticas que se manejen en cada página, donde se recibirá la información necesaria para su compra y así mismo poder iniciar su proceso de despacho.

Gracias a las plataformas donde se harán las publicaciones se podrán establecer un chat online por el cual se dará información del producto o cualquier duda relacionada, y así mismo poder realizar los pedidos.

¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Con la idea de llegar a más personas por tema de confianza al cliente con un producto totalmente Nuevo e innovador, se manejan dos tipos de pago, el pago a contra entrega, y el pago por transacción ya sea por cuentas bancarias o por las aplicaciones que ofrecen los bancos como lo puede ser daviplata, o también por otros medios como paypal, nequi, servientrega entre otros; de acuerdo al método de pago acordado se coordinará de diferentes maneras la logística del envío, para el pago a contra entrega el cliente recibirá el producto y al mismo tiempo realizará el pago con un valor adicional por este método, con el pago mediante plataformas bancarias se despacha el producto después de recibir el comprobante de pago para verificar la compra.

Innovación Sostenible

Tabla 2

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>¿El producto tiene un eco diseño?</p>	<p>Nuestro producto no genera un gran consumo de agua.</p>	<p>Vamos a usar diferentes máquinas, pero también se llevarán a cabo los procesos de manera más manual y de esta manera reducir el uso de energía.</p>	<p>El Bambú que obtengamos como materia prima esencial se optimiza al máximo para evitar la pérdida de esta. El empaque que utilizaremos será una pequeña caja adecuada al cepillo de cartón. el embalaje se realizará en cajas de cartón donde habrá espacio disponible para 50 Unidades</p>	<p>Ya que se va a trabajar en su mayoría manualmente y las máquinas que se utilicen tendrán poco impacto ambiental ya que serán eléctricas.</p>	<p>Los residuos que queden del bambú y además el cartón sobrante de las cajas.</p>
<p>¿Realiza</p>	<p>crear una</p>	<p>Contratar</p>	<p>Las actividades</p>	<p>Haremos</p>	<p>Implementare</p>

algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente ?	cultura dentro de la organización donde se le dé prioridad al óptimo consumo del agua además de no arrojar residuos a la misma, si no reutilizar	transportador as que sean responsables con el medio ambiente y sus vehículos manejen una baja emisión de gas.	de marketing que realizaremos serán netamente digitales, por medio de páginas web y redes sociales evitando el uso y el gasto de materiales adicionales para esto.	principalmente uso de máquinas eléctricas para el proceso de producción.	mos la campaña de las 3R para reducir, reutilizar y reciclar todo el material desechado.
--	--	---	--	--	--

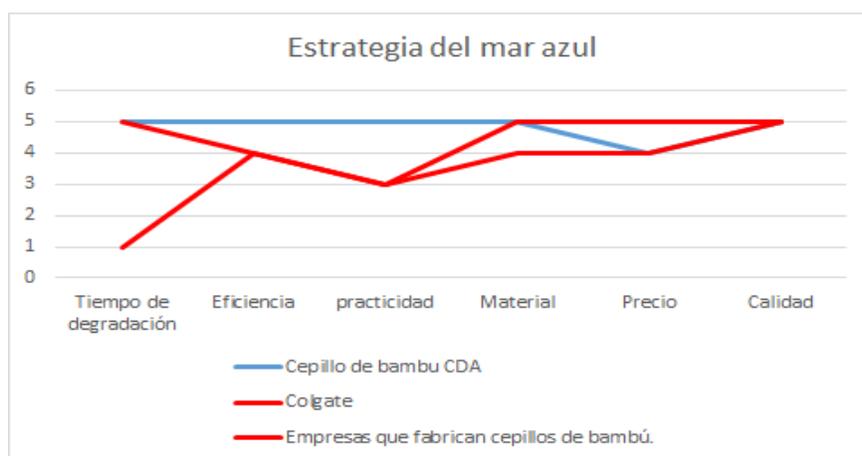
Análisis Del Sector

Estrategia Océano Azul Tabla 3

	Tiempo de degradación	Eficiencia	Practicidad	Material	Precio	Calidad
Cepillo de bambú CDA	5	5	5	5	4	5

Colgate	1	4	3	4	4	5
Empresas que fabrican cepillos de bambú.	5	4	3	5	5	5
ESTRATEGIAS	Dándole un mejor uso a los recursos amigables con el medio ambiente como lo es el bambú construyendo la mayor parte de compartimientos del cepillo sea de material amigable	Elaborar un producto que se adecue a cualquier necesidad de limpieza oral	El cepillo será más fácil de usar y de llevar ya que incluye los elementos necesarios para una correcta higiene bucal	Será un material de calidad que ayudará a reducir la contaminación y tendrá un adecuado tiempo de uso	Tendrá un valor agregado diferente a los de la competencia y su valor será accesible	Conseguir proveedores confiables que nos suministren materia prima garantizada y de alta calidad para la elaboración oportuna del producto

Figura 1



Análisis de Porter

Poder de negociación con los clientes:

En el tema de salud y cuidado personal, el consumidor estará dispuesto a invertir diferentes sumas de dinero por productos innovadores y altamente diferenciados. Su poder de negociación está en términos de exigencia, es decir, el cliente es cada vez más sofisticado y demanda nuevos productos constantemente, por lo cual obliga a las grandes empresas del sector del cuidado personal a invertir altas sumas de dinero en investigación y desarrollo de productos, así como en campañas publicitarias.

Poder de negociación con los proveedores:

El poder de la negociación con los proveedores es esencial para garantizar la calidad del producto ya que suministran la materia prima y demás componentes. No existen insumos sustitutos, pero sí una importante variedad de distribuidores. En cuanto al transporte nos contactaremos con empresas con el mismo ideal del cuidado del medio ambiente y de esta manera crear un ambiente de confianza.

Amenaza de productos sustitutos:

El cepillo 5 en 1, al ser una innovación que incorpora varios productos en uno, se enfrenta a la amenaza de sustitutos, a que el consumidor prefiera seguir portando su cepillo común, seda dental y crema dental por costumbre. Los cuales se utilizan normalmente, en los kits de higiene oral o estuches existentes en el mercado para portar varios implementos. También se consideran sustitutos otros productos para refrescar el aliento en cualquier momento del día como son las láminas de enjuague bucal portables.

Amenaza de productos entrantes:

En cepillos dentales las compañías extranjeras son las protagonistas, encontrando como líder del segmento a Colgate con una amplia variedad de productos gracias a su fuerte innovación, desarrollo y un nivel alto de experiencia en el mercado, colocando constantemente novedades que se suman como por ejemplo el cepillo de bambú. Otros competidores reconocidos son Johnson & Johnson que comercializa los cepillos Reach, Procter and Gamble con Oral-B, los más famosos del mundo al igual que Warner Lambert con la marca Pro. Así mismo, operan otras compañías como Leverque participa con los cepillos elaborados por La Brosse et Dupont bajo las marcas Mentadent P y Close Up y la compañía farmacéutica GlaxoSmithKline con los cepillos Aquafresh. Cabe destacar la presencia de una marca nacional como es Fluocardent del laboratorio farmacéutico JGB. Para las compañías que han logrado posicionar sus marcas, la rivalidad se da no tanto en los precios sino en el lanzamiento de nuevos productos constantemente, la ampliación de su capacidad productiva y el desarrollo de nuevas tendencias (cepillos que innovan las tradicionales técnicas de cepillado). Sumado a esto, la publicidad es un factor importante.

Rivalidad entre los competidores:

La barrera tecnológica de los productos de la higiene personal se ha elevado gracias a que los consumidores son cada vez más exigentes en cuanto a aspectos como el cuidado la salud, protección y seguridad en este caso el cuidado de la salud dental. Esto hace que la entrada y permanencia de nuevos jugadores esté condicionado a la capacidad para realizar importantes inversiones en investigación, desarrollo y calidad, adicionalmente en comunicación y publicidad de marca, para garantizar la supervivencia y diferenciación.

Marketing Mix

Estrategias de productos para clientes.

1. El producto se elabora con productos 100% naturales los cuales serán probados y serán óptimos para su respectivo uso, como lo es la limpieza dental.
2. La marca se encargará de entregar un producto de calidad que pese a ser fabricado con materiales biodegradables, no perderán ni su buen funcionamiento y tampoco la identidad de la marca como lo es la conservación del medio ambiente.
3. El producto será empacado en cajas reciclables, con la imagen de la empresa impresa con tintas amigable con el medio ambiente.

El cepillo a pesar de contar con todas las funciones, este tendrá un tamaño promedio a los cepillos que se encuentran comúnmente en el mercado.

4. El valor agregado de este cepillo, son las diferentes funciones que ofrece ya que se encontrara con este una limpieza completa sin tener que poseer demás instrumentos de limpieza.

5.1.1 Portafolio.

El rol que desea tener la marca en el mercado es innovar con la idea de implementar comodidad y facilidad a la hora de realizar su respectiva limpieza dental, mediante un solo producto sin tener que usar más herramientas para llevar a cabo esta, buscando también crear conciencia en las personas sobre el cuidado del medio ambiente.

El producto no busca una manera específica a que personas llegar ya que entre todo esto se podría hablar que las personas más jóvenes por temas de comodidad y cuidado con el medio ambiente se inclinaría más por el producto, lo cual es incierto ya que, al ser un producto de

primera necesidad, se podría llegar a todas las edades o a diferentes clases sociales.

Figura 2

CEPILLO CDA.



El cepillo tendrá su principal característica en las cerdas, ya que estas se encargaran de todos los diferentes procesos de la limpieza.

Figura 3



El mango de este cepillo será totalmente fabricado en Bambú dándole su identidad y dándole ese punto de partida respecto a competidores con el tema ecológico.

Figura 4



Producto práctico y adaptable a cualquier persona sin importar su edad, ya que contara con un tamaño adecuado, pensando en su comodidad de uso y adaptación

Figura 5

Implementos que harán parte del cepillo:



5.2. Estrategia de precios Tabla 4

Fijación de precios basado en costos

COSTOS DE PRODUCCION	CANTIDAD O TIEMPO POR DOCENA	PRECIO POR DOCENA
Bambú embellecido con linaza	1 Vara de 3 metros	\$8.000
Nylon	10 kg	\$1.450
Horas laborales	1 hora (4 cepillos) 3 Horas (12 cepillos)	\$4.000 \$12.000
Maquinaria	Alquiler 1 mes Alquiler 1 hora Alquiler 3 horas	\$2.000.000 \$12.500 \$37. 500
Empaque	1 caja 12 cajas Largo: 5 cm Alto: 22 cm Ancho: 5 cm	\$500 \$6.000
Total fabricación		\$5.412

Valor de venta		\$10.000
-----------------------	--	-----------------

Fijación de precios basado en la competencia

Los cepillos dentales de bambú en general su precio oscila entre los \$4.000 y \$ 10.000, aunque también encontramos que el nuevo Cepillo Dental Colgate Bamboo tiene un precio de \$17.000. Por otro lado, los cepillos comunes de plástico tienen valores entre \$3.000 y \$10.000 dependiendo la marca.

Tipo de precio

Utilizaremos el precio Premium ya que introduciremos al mercado el producto con un valor mayor al de la competencia mostrando un mayor valor agregado en su material, diseño y practicidad, es decir, tiene varias características que lo diferencian de los cepillos comunes ya que cuenta con compartimientos para los diferentes productos de higiene bucal, siendo recargable a preferencia del cliente, de igual manera está compuesto de un material biodegradable que a futuro, al acabar su vida útil se puede utilizar como abono.

Estrategias De Distribución

Canales:

Para nuestra idea de negocio utilizaremos el canal directo como el indirecto:

Canal directo: Usaremos este ya que distribuiremos el producto directamente de la página web o redes sociales a los clientes

Canal indirecto: ya que por medio de las alianzas se comercializará el producto en diferentes páginas web, además se le venderá a droguerías y almacenes de cadena, llegando así a diferentes mercados, expandiendo el segmento.

Estrategias de comunicación

Tabla 5

Estrategia	Objetivo smart	Como	Quien	Cuando	Donde	valor
Producto	positivo en el medio ambiente ofreciendo un producto hecho con bambú, disminuyen así el consumo de cepillos de plástico, reduciendo la contaminación un 20% y en el periodo de un año llegar a ser rentables, además de dejar una marca ecológica en el planeta.	Incentivar a los clientes a tener un consumo responsable por medio de campañas ecológicas incentivando a bajar el consumo de plástico y a su vez elaborando un producto de buena calidad y de esta manera diversificar y conseguir buena rentabilidad	Generando alianzas con diferentes empresas web, almacenes de cadena y droguerías, expandiendo e inculcando el mismo ideal ecológico y visionario.	Dentro de los primeros 2 años, desde su salida en el mercado.	Principalmente en la ciudad de Bogotá y luego expandir a todo el país y fuera de él en el momento en que la marca empiece a tener reconocimiento.	Se invertirá aproximadamente un capital de 40'000.000 para todos los procesos necesarios para elaborar, promover y distribuir el producto

Precio	Reducir los costos de producción ahorrando un 30% en los procesos, Ajustando el precio a la calidad del producto para generar más utilidad y mayor rentabilidad en los primeros 3 meses de elaboración del producto.	Optimizando al máximo la materia prima utilizada para la fabricación del producto y a su vez llevar un uso responsable de la maquinaria, y los servicios	Con ayuda de los trabajadores, proveedores y diferentes entidades que hagan parte de la organización se le dará el correcto uso a todos los recursos sin generar pérdidas ni malgastos	En toda la etapa de elaboración y distribución del producto.	Esto se llevará a cabo en el lugar de producción es decir la fábrica.	Si estos procesos son efectivos se llegara a ahorrar aproximadamente un 30% de los costos en general.
---------------	--	--	--	--	---	---

Promoción y comunicación	Ser reconocidos en diferentes segmentos de la población llegando a ocupar entre las primeras 10 búsquedas en internet, con ayuda de una comunicación e información efectiva de esta manera tener posicionamiento	Realizando o diferentes tipos y diseños de publicidad para que el producto sea atractivo y la información sea muy clara y de esta manera atraer a los clientes	Se contratara una persona especializada en el área para que desarrolle la página web	Al final del proceso de producción del cepillo cuando esté listo para la venta	Para mostrar esta publicidad en el mercado, se hará por medio de redes sociales, páginas web, y demás sitios de internet con la intención de tener más alcance	Se invertirá aproximadamente un 10% de las ganancias para la publicidad y marketing estratégico para el posicionamiento viable de la empresa
---------------------------------	--	--	--	--	--	--

	imiento frente a la competencia logrando esto aproximadamente entre 1 a 2 años.					
--	---	--	--	--	--	--

Desarrollo de marca



La idea de esta marca surgió principalmente en su nombre, basándonos en la fusión de las iniciales del nombre de cada uno de los creadores e ideadores de tal producto o emprendimiento que se desarrollara, y teniendo claramente cuál sería el producto principal. Su distintivo es un panda ya que es el principal consumidor de la materia prima del producto que es el bambú, y además por sus colores en china significa el yin y el yan, lo que representa la importancia del equilibrio entre las energías y también la imagen del oso panda suele ser una fuente de éxito en la vida, el trabajo, la salud y la mente.

El color principal que se usó es el verde ya que se asocia con la naturaleza, la unión con ella y como tal al cuidado de la misma, representamos vida, renovación, frescura y seguridad.

Por otro lado, el color rosa del logo representa la delicadeza del producto, común pero elegante a la vez, y ya, por último, el color blanco del fondo representa la paz, pureza y tranquilidad que nos brinda el cuidar de la madre tierra.

Nuestro eslogan *“cuida tu higiene y ama al medio ambiente”* busca dar a entender que nuestro

objetivo principal es saber llevar una buena higiene bucal y a la vez a disminuir la contaminación en el ecosistema y el mal uso o consumo del plástico innecesario a la hora de tener que implementar tantos embaces de este material.

Matriz desarrollo de marca.

NOMBRE DE LA IDEA	CEPILLO CDA “Cuida tu higiene y ama el ambiente”	
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
1. Diagnóstico del mercado	A. identificación del sector	Cosmética e higiene personal
	B. Identificar marcas en competencia	Colgate, Oral B, Boo Brush, inspiración ECO.
	C. Soluciones principales y alternativas	Ayuda a una buena higiene bucal Los cepillos con material biodegradable, disminuyen el consumo y contaminación de plástico, ayudando a mejorar el cambio climático Optimiza implementos adicionales Es muy practico
	D. Tendencias del mercado	Variación de estilos y a su vez de las cerdas, calidad, precios medianamente altos dependiendo las marcas
	E. Arquetipo de la marca	Cotidiano
2. Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de la marca de la competencia	Limpieza y/o Higiene, Calidad, naturaleza
	B. Identificar variables	Diseños, colores, texturas,
	A. Identificar el	Se desarrollará una comunicación con el cliente donde se determine de manera correcta el producto que se ofrece, para así mismo lograr un impacto positivo en el cliente, y de esta manera

3. Posicionamiento	Top of mind	generar un vínculo con el cual el consumidor se identifique con el producto, por su buen funcionamiento y calidad siempre presente
	A. Identificar el Top of heart	El primer paso para empezar a estar en la cabeza del cliente, será la confianza que el producto genere al momento de consumirlo, que la primera impresión sea buena y cada vez el consumidor tenga una mejor experiencia con su uso, identificándose con su calidad y su buen desarrollo de esta manera el producto será fácilmente identificable y del agrado de las personas
4. Realidad material de la marca	A. Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Producto hecho con material amigable con el ambiente (bambú), además de tener diferentes productos necesarios para la higiene fusionados en uno solo (crema, ceda, enjuague, cepillo interdental), siendo cómodo y muy práctico para llevar optimizando espacio en la maleta y aumentando el beneficio de usarlo.
	B. Arquetipo de la marca	
5. Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	Marketing digital, como publicidad por redes sociales y creación de una tienda virtual y/o página web, dinamizándolas a diario y proporcionando información importante sobre el producto, además de realizar campañas que incentiven y motiven a la sociedad a usarlo y ser parte de quienes dejan su huella verde en el planeta.

Estrategia de marketing digital

Diseño del sitio web

Nuestra página web contiene información sobre el producto como tal, de su diseño, estilos,

colores y preferencias según los gustos y necesidades del cliente, de igual manera se hace referencia al precio y se brinda la aclaración de cuándo puede variar según lo que el usuario requiera y se da información sobre los diferentes medios de pagos y la forma en la que se puede realizar este, también está la historia del emprendimiento y quienes hacen parte de este, de la misma manera resalta los beneficios de usar nuestro producto, y un contáctenos para aclarar dudas y al mismo tiempo recibir opiniones.

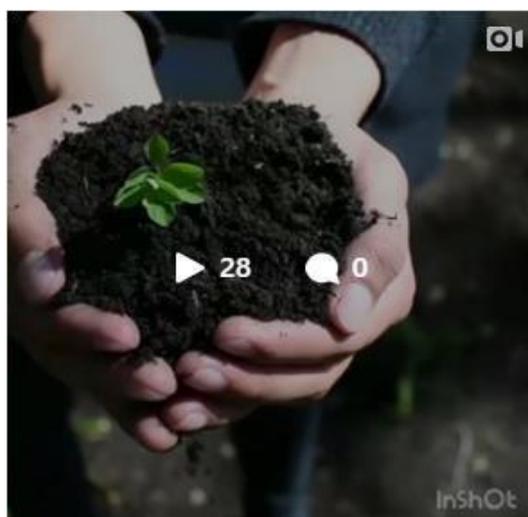
Link de ingreso

<https://jennyruizc.wixsite.com/cepillocda>

Interacciones digitales

Utilizamos la red social o plataforma de Instagram ya que cuenta con una gran base de datos que se usará para fines publicitarios, además tiene una gran característica donde las publicaciones que se hagan pueden llegar a ser vistas por cualquier persona en el planeta, además puede ayudar a la segmentación para ofrecer a los usuarios anuncios personalizados y efectivos, y adicional, se escogió esta red social, ya que es la que se encuentra actualmente en furor y con mayor ingreso de clientes.

Como tal este perfil empresarial y en una semana captamos 34 seguidores, es decir 34 prospectos e interesados por adquirir el producto.



Se puede observar que tanto la historia interactiva como el video sobre información y publicidad del cepillo tuvieron más alcance y conectaron con el cliente de una manera más

atractiva que las publicaciones normales, aunque se resalta que en tan poco tiempo y con no tantos seguidores, se logró llamar la atención de los espectadores, algunos de ellos escribieron mensajes al privado como:

“Está muy bueno el concepto muy interesante, ¿Eso es en Colombia?”

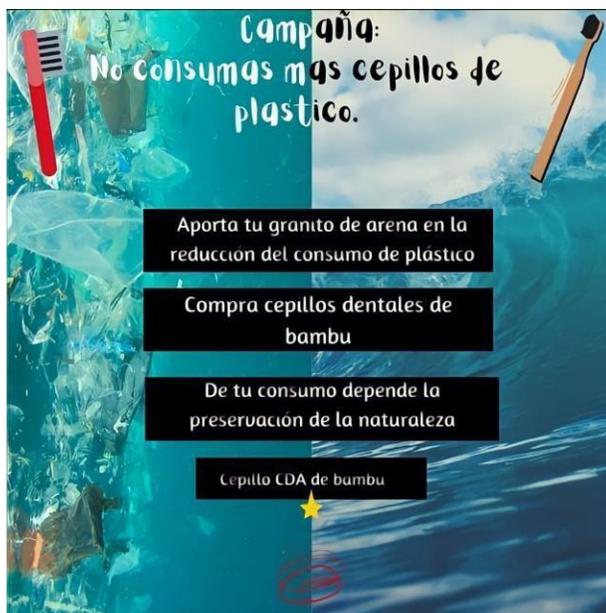
“¡Suenan muy cool, creo que esas cosas ahorita tienen buena recepción y pues también ayudan al medio ambiente entonces muy bien!!”

“Me encanta, ¿lo vas a vender?”

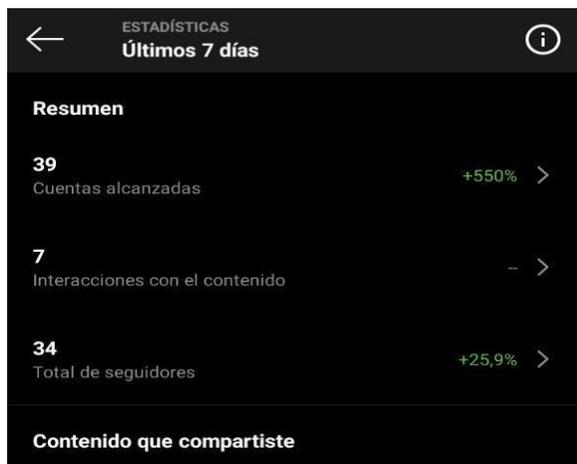
Con esto se deduce que muchos consumidores están dispuestos a adaptar este producto sostenible y práctico en su vida cotidiana, dándole así una mayor rentabilidad y viabilidad a esta idea de negocio.

Métricas clave

La campaña que se publicó tiene como finalidad concientizar y sensibilizar a los espectadores o futuros compradores y clientes respecto a reducir el consumo de plástico por temas de contaminación, principalmente en los mares, esta incita a consumir nuestro producto que se adecua a la problemática planteada ya que como se ha explicado anteriormente el bambú es un material totalmente amigable con el ambiente y no causa impactos negativos a la naturaleza y ecosistema donde se desecha, además de que no habrá problema al hacer uso de este ya que crece en un corto tiempo.



Estadísticas



Observando estas estadísticas se puede identificar que a pesar de su corto tiempo y de ser una cuenta nueva, tuvo un gran reconocimiento frente a los usuarios, por lo tanto, puede llegar a tener un gran impacto.

Análisis CAC

Gasto total en captación/ número de clientes captados:

El valor que cobra Instagram por promocionar una publicación por una semana son (\$60.000)

El internet y dispositivo necesarios para elaborar tal publicación se reduce en (\$20.000)

El tiempo o mano de obra requerido para la elaborar la publicación y subirla

toma aproximadamente 1 hora

CA= 29 cuentas alcanzadas

\$ 80.000 / 29

Costo por adquirir cada uno de tus clientes en una semana es de: **\$2.800**

LTV (lifetime Value) con un análisis comparativo de los resultados.

Si el cepillo se cambia cada 3 meses, el cliente comprará aproximadamente 4 cepillos dentales al año teniendo en cuenta que un cepillo básico cuesta \$10.000, este cliente nos generaría anualmente (\$40.000)

El promedio de vida del cliente lo aproximaremos a (5 años)

El costo del CAC (\$2.800)

40.000 x 5 – 2.800= 197.200

LTV=\$197.200

Estudio técnico

1. Ubicación o localización del proyecto, macro localización y micro localización

La ubicación más adecuada para nuestra planta de producción y distribución, evaluando las alternativas disponibles, para ello , estará localizado en la ciudad de Bogotá ya que al ser una ciudad central es más sencillo el tema de transporte de la materia prima que entre de otros

departamentos y de conseguir mano de obra calificada, teniendo beneficios también de infraestructura, además que existe un nivel alto de aglomeración económica y eso permite tener una mayor rentabilidad y ventaja competitiva de la empresa.

La instalación estará en la zona industrial de la ciudad ya que tendrá ventajas como la facilidad de trámites municipales como lo es la licencia de funcionamiento también cercanía a almacenes, droguerías y centro como tal, se podrá acceder a servicios públicos para el funcionamiento de las máquinas, entre otras, como tal el precio de tener una planta en este lugar es accesible y adecuado para el producto.

Tabla de requerimientos de operación

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Arrendamiento fabrica Adecuada para la producción	1	Precio de arriendo \$6.200.000	Área de 355 m ² , área libre de trabajo de 275 m ² a doble altura, un área de oficinas, de 80 m ² cuatro baños, energía

				trifásica, piso en concreto, entrada para camión, con ventanas no tan grandes y sistema de ventilación adentro.
Maquinaria y Equipo	<p>HONGYUE A570 cinco ejes CNC máquina tufting: Agiliza el corte de bambú e inserta las cerdas del cepillo (tufting + recorte) Software es fácil de manejar, programación automática, equipado con tres cabezas de las máquinas de perforación(para los compartimientos) de alta velocidad y dos cabezas tufting</p>	1	\$64.983.520,00	<p>Marca HONGYUE</p> <p>Tipo: A570 Ejes:5 Floc. boca: 2 Taladrar:3 La distancia de carrera: (mm) 70 La máxima velocidad(bundle/h) 900 El proceso de cepillo más larga longitud(mm) 240 El cable más corto (mm): 40 El cable más largo (mm): 240 El consumo de energía (KW).2.2 La capacidad instalada 14 vatios (KW) El consumo de aire(NL/min). 150 Peso (kg) 2500 La dimensión (L * w *h, mm) 3800*2400*1950 Capacidad de producción corte: 30 cepillos x hora Insertar cerdas: 900 x min</p>
	<p>Lijadora eléctrica SUPMX-91067 La lijadora puede hacer frente a todos los pasos del proceso de acabado, para que el cepillos quede suave y estético y</p>	1	\$10.000.000,00	<p>-Velocidad de cepillado y avance del transportador regulables sin escalonamiento -Tambor opcional para el lijado de superficies -Cambiar rápidamente los cabezales de cepillos o las cargas abrasivas</p>

	<p>aumentar la practicidad</p> <p>Máquina empacadora vertical Msa 400 - Industrial Esta empacadora los cepillos en sus empaques, en este casi las cajas adecuadas al tamaño del producto, esto para agilizar el proceso de empacado.</p>			<p>-Rodillos tensores totalmente ajustables que evitan el deslizamiento del material</p> <p>-Cama transportadora de acero reforzado con cinta transportadora de poliéster</p> <p>-Ajuste preciso de la altura</p> <p>-Medidor de contacto de la cerda incluido</p> <p>Capacidad de producción: lija 10 cepillos en 20 min</p> <p>Que sea de fácil instalación y puesta en marcha</p> <p>requisitos mínimos de espacio</p> <p>Encapsulado: menos ruido y emisiones de polvo</p> <p>Ayude a extender la vida útil de los productos lo que conlleva a conservar su esencia.</p> <p>El empaque al vacío reduce las bacterias.</p> <p>Agilizar el proceso de empaque.</p>
<p>Equipo de comunicación y computación</p>	<p>Computador de mesa</p>	<p>3</p>	<p>\$7.000 c/u</p> <p>\$21.000.000,00</p>	<p>iMac de 21,5 pulgadas</p> <p>Alto: 45 cm</p> <p>Ancho: 52,8 cm</p> <p>Profundidad de la base: 17,5 cm</p> <p>Peso: 5,44 kg²</p> <p>pantalla Retina 4K de 21,5 pulgadas</p> <p>Sistema operativo macOS</p> <p>Procesador Intel Core i5 de 6 núcleos y 3,0 GHz (Turbo Boost de hasta 4,1 GHz)</p>

Celulares inteligentes	2	\$1.500.000 aprox \$3.000.000,00	Pantalla: 6.15 pulgadas (LCD) Resolución: 2,312x1,080 pixeles. Procesador: Kirin 710 (4x2.2GHz + 4x1.7GHz) Almacenamiento: 128GB. RAM: 4GB o 6GB.
Escritorios y sillas para equipos de computo Escritorios rectos con cubierta de melamina y base en estructura de aluminio pintado de color blanco con patines regulables en altura, las sillas que tengan Fácil ajuste, Respaldo	3 escritorios 3 sillas	\$300.000 c/u escritorios \$150.000 c/u sillas	Cubierta de melamina de 24 mm. de espesor con tapacantos de PVC 1,5 mm. de espesor. Estructura de aluminio pintado de color blanco con perfil de sección triangular y patines regulables en altura. Ancho:150 cms. Profundidad: 60 cms Altura: 75 cms.

con curvatura, Soporte lumbar, Apoyabrazos, Profundidad del asiento y Movilidad mediante ruedas.			
Archivador Mueble de 4 gavetas con ordenadores.	3	\$ 400.000 c/u \$ 1.200.000,00	- Colores diversos - De cartón forrado - Plastificado. - Ancho de lomo: 8 cm. - Bordes prensados. - Con refuerzos laterales de fierro (borde inferior y superior). - Doble anillo, cromados y compresor. - Con orificio, en el lomo, para manipular.

<p>Mesas de empaque: Mesa alargada y ancha para empaque adecuado de los cepillos</p>	2	<p>\$1.500.000 c/u \$3.000.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las partes de una mesa son la base y la superficie horizontal que es la que permite su funcionalidad. La base se compone de una estructura rectangular El espacio inferior es frecuentemente aprovechado mediante la instalación de estantes o cajones, pero ha de respetarse el espacio para las piernas de la persona que vaya a hacer uso de la mesa estando sentada. El material utilizado para la fabricación de esta mesa es la madera.
<p>Kit de emergencia</p>	1	\$300.000	<ul style="list-style-type: none"> - Que incluya: Extintor, camilla, Impermeable, linternas, velas o fósforos, Botiquín, Herramientas
<p>Apertura oficial de la fabrica</p>	1	\$1.000.000	<ul style="list-style-type: none"> • -Inauguración de la fábrica

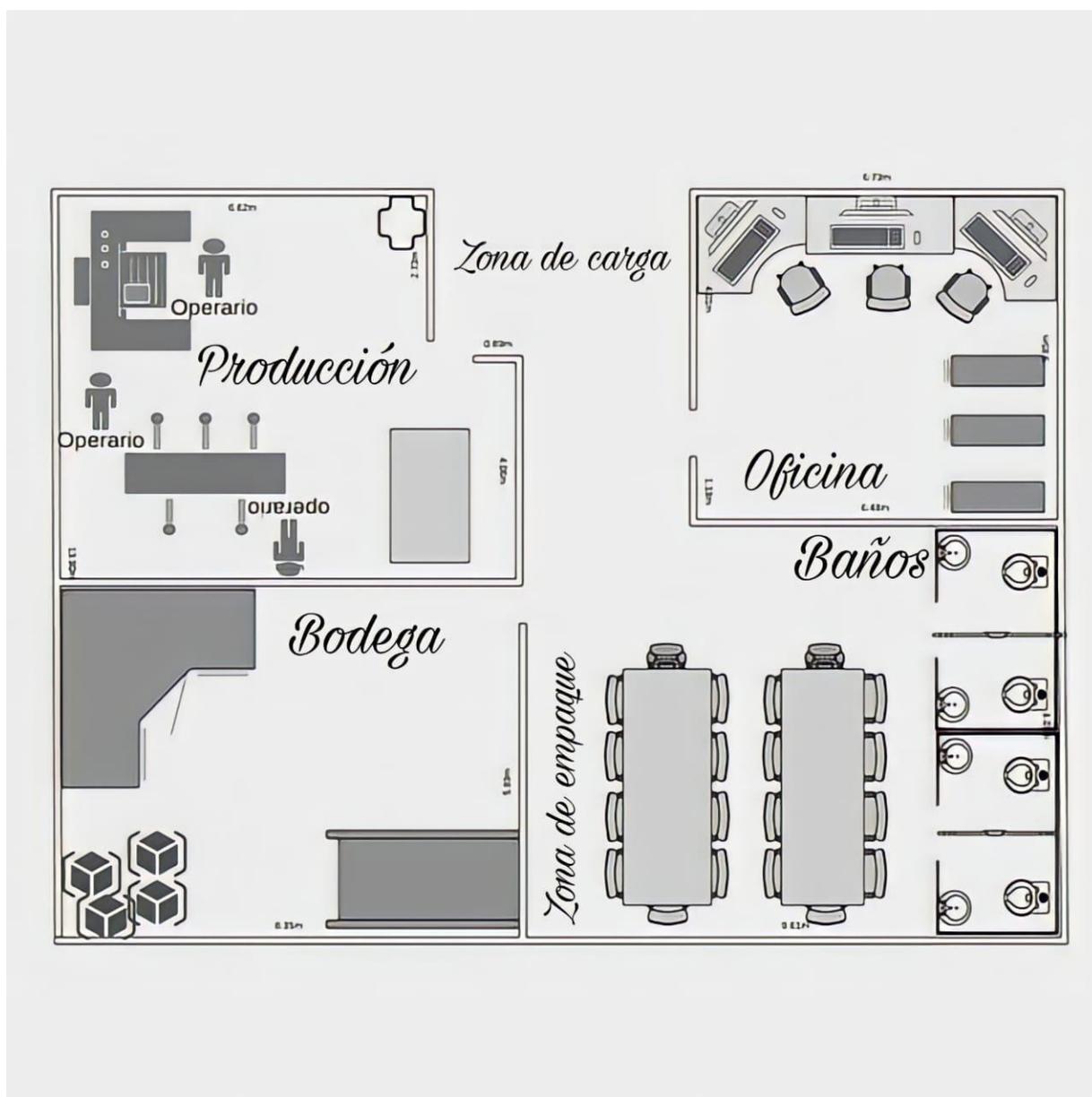
Registros legales del negocio	1	aprox. \$3.000.000	Registro ante la cámara de comercio tanto de la persona natural como del establecimiento físico
-------------------------------	---	-----------------------	---

Método de escalacion

Método de Escalación

	ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
<div style="background-color: #00a651; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> PLANTA DE PRODUCCIÓN </div>	Capacidad total de los equipos (unidades x día 8 h)	240
	<u>Capacidad</u> anual	576.000
	<u>Capacidad</u> mensual	48.000
	Nº de días de operación (25 días)	48.000
	<u>Horas de</u> producción	1.920,0

Plano de localización



Estudio técnico II Ingeniería del proyecto

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien?

El proceso de producción del cepillo dental CDA es similar al de un cepillo común ecológico, pero a diferencia que tiene más compartimientos dentro, para elaborarlo se deben seguir los siguientes pasos

1.Preparación de la materia prima

La calidad del producto es verificada desde la materia prima que es el bambú embellecido con linaza ya que con este componente adicional ayudará a prevenir las sustancias bacterianas, cuando llega a la fábrica, las varas de bambú con dimensiones de 3 metros, son revisadas una por una para verificar su buen estado, para iniciar el proceso de elaboración de moldes.

Luego los nylon para la elaboración de cerdas son colocados en la máquina cortadora e injertadora, para iniciar el proceso de cortado y posterior insertado, con la cantidad necesaria para cada cepillo.

2. Elaboración de moldes

Consiste en procesar la vara de bambú dando la forma del mango por medio de la máquina tufting, de cada vara aproximadamente se estima producir 12 moldes básicos, considerando 2 cm en cada extremo como desecho, el siguiente paso será cortar cada molde. Se considera un único molde de cepillo este es delgado y cilíndrico, de 18,5 cm x 1.8 cm, que es utilizado generalmente en los cepillos dentales de bambú, adaptándose de mejor manera a la palma de la mano del usuario, esto permite facilitar el proceso de producción manteniendo un solo prototipo, cuando la empresa logre una mayor participación y experiencia se puede establecer otros moldes y estilos.

3. Corte de molde

El corte de molde es realizado con la ayuda de la máquina tufting, cada vara es cortada con la medida exacta para cada cepillo y aparte realiza los orificios dentro del molde, necesarios para incluir los compartimientos para los diferentes productos, posteriormente cada unidad es pasada al proceso de lijar y hacer más estético el cepillo.

4. Lijado del molde

Con ayuda de la Lijadora eléctrica desapareceremos las imperfecciones que quedan del corte, quedando suave y moldeado perfectamente para después pasar al siguiente paso de la inserción de las cerdas.

5. Corte e insertado de las cerdas

Las cerdas son insertadas automáticamente en los mangos por medio de la máquina especializada para este proceso, que es abastecida manualmente con la cantidad de nylon necesario y también con los mangos de bambú.

6. Moldeado final, esterilizado e inclusión de productos

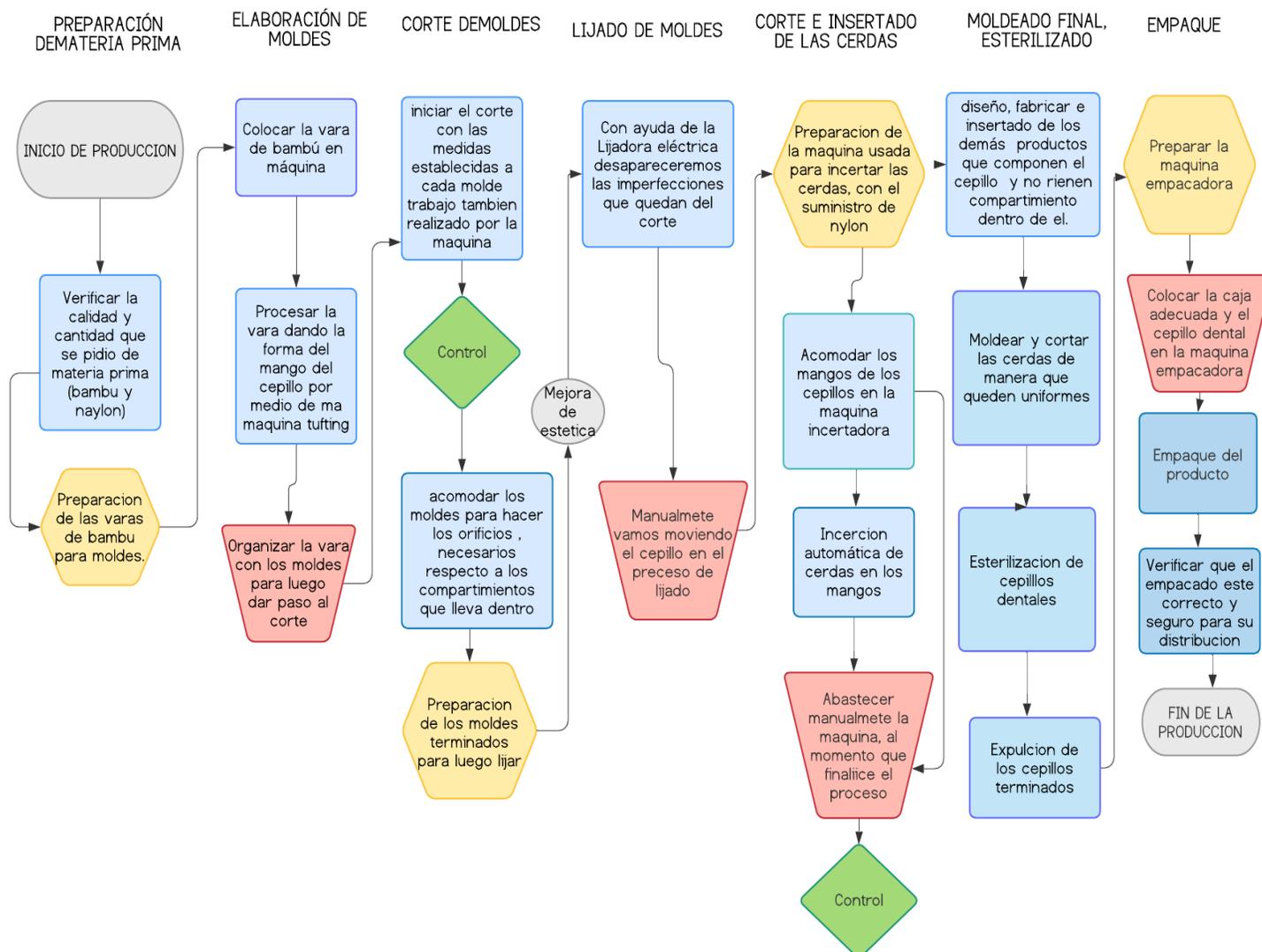
El proceso consiste en diseñar, fabricar e insertar los demás productos que componen el cepillo y finalizarán el producto como es la fabricación del cepillo interdental, la inclusión de la ceda dental y la unión del mini envase para enjuague con la otra mitad del mango, luego moldear y cortar las cerdas de manera que queden uniformes y con el contorno deseado, el proceso es realizado en la misma máquina cortadora e insertadora de cerdas, que finalmente esteriliza y expulsa automáticamente los cepillos terminados con la forma deseada, para posteriormente pasar al proceso de empaque.

7. Empaque

Por medio de una empacadora vertical cada cepillo es colocado en las cajas elaboradas con las medidas exactas para mostrar una presentación adecuada. Las cajas serán adquiridas con la marca impresa elaboradas a base de cartón reciclado, donde serán introducidos los cepillos dentales de bambú, el empaque contendrá la información necesaria para el uso, mantenimiento y desecho del cepillo, además de registros e información referente de la empresa.

Flujograma del proceso

PROCESO DE PRODUCCION DEL CEPILLO CDA



Materia prima e insumos requeridos

La materia prima que se requerirá para elaborar el cepillo será la siguiente:

Producción de una docena de cepillos

- **Bambú embellecido con linaza:** 1 Vara de 3 metros \$8.000
- **Nylon:** 10 kg \$1.450

Al inicio de la producción del cepillo no será muy alto por el poco nivel de reconocimiento y participación en el mercado, por ende, el requerimiento de las máquinas es mínimo, es decir el necesario para las cantidades que sean demandadas.

Se usarán las siguientes maquinas

- Máquina tufting cantidad 1, Precio: **\$64.983.520,00**

HONGYUE

A570 cinco ejes CNC

Corte de bambú y moldes e insertado de las cerdas del cepillo (tufting + recorte)

- Lijadora eléctrica cantidad: 1 precio: **\$10.000.000,00**

SUPMX-91067

Lijado y estética de los cepillos

- Empacadora Vertical cantidad: 1 precio: **\$ 4.850.000** Msa 400 - Industria

Cepillo de bambú CDA				
Unidades a producir: 240 cepillos diarios				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan en las actividades	Numero de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan, capacidad de producción por maquina(cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Preparación de la materia prima	4 horas	Jefe de Producción (recibe la materia prima verificando la cantidad) .Inspectores(verifican la calidad de material)	.1 Jefe de producción .5 Inspectores	Proceso visual y manual 800 varas de bambú diarias
Elaboración de moldes	8 horas	Operador de la máquina	2 operadores	Maquina de tufting 30 moldes x hora

Corte de molde	8 horas	Operador de la máquina	2 operadores	Maquina de tufting 30 cepillos x hora
Lijado del molde	8 horas	Operador máquina de lijado	1 operador	Lijadora eléctrica lija 10 cepillos en 20 min lija 240 en 8 h

				diarias
Corte e insertado de las cerdas	8 horas	Operador de máquina	1 operador	Maquina tufting Inserta 900 cerdas x min
Moldeado final, esterilizado e inclusión de productos	2 horas	Operador de esterilizado	2 operadores	Proceso manual salen 240 x día
Empaque	2 horas	Empacador y/o operador de máquina	2 operadores	Empacadora Vertical Msa 400 - Industrial capacidad para empacar hasta 1.000 cajas al día

Estudio técnico III Ficha técnica

	Cepillo CDA		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)			

Cepillo de dientes de bambú
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE
Mango de Bambusoideae (bambu) refinado con llinaza: 18,5 cm x 1.8 cm Cerdas de nylon 6,6 polimero sintético pertenece al grupo de las poliamidas de colores El cepillo pesa 20 gramos sin productos dentro
C. PRESENTACIONES COMERCIALES
Cajas de cartón rectangulares una para cada cepillo
D. TIPO DE ENVASE
Cajas de cartón adecuadas al tamaño del cepillo tamaño de la caja Largo: 5 cm Alto: 22 cm Ancho: 5 cm peso: 1.5 gramos
E. MATERIAL DE ENVASE
Cartón reciclado, material amigable con el medio ambiente, porque es altamente biodegradable y su resistencia permite que sea reutilizado
F. CONDICIONES DE CONSERVACION
Conservado a temperatura ambiente Garantía 7 días
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)
1.Preparación de la materia prima 2. Elaboración de moldes 3. Corte de molde 4. Lijado del molde 5. Corte e insertado de las cerdas 6. Moldeado final, esterilizado e inclusión de productos 7.Empaque

H. VIDA UTIL ESTIMADA

Vida útil 3 meses por higiene

I. PORCION RECOMENDADA

Es recomendable cambiar el cepillo una vez cada 3 meses para mayor higiene.
Cada vez que se recargue el cepillo con los demás productos, lavarlo muy bien con agua tibia para eliminar residuos

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

<p>Jefe de producción salario mensual: \$1.600.000 con todo lo de ley, contrato fijo, tiempo completo perfil: Formación en gestión y administración de empresas. Conocimiento técnico sobre la industria en la que se trabaja. Ser un buen comunicador, tanto oral y como por escrito. Interés y conocimientos de matemáticas y de TIC Funciones: Diseña y desarrolla el Plan de Producción, Supervisar y controlar la viabilidad de los planes y procesos de producción. Elabora y coordina planes de producción, política de compras y logística de materias primas. Planifica y gestiona los recursos materiales disponibles. Supervisa el mantenimiento de las instalaciones productivas, vela por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos, así</p>	<p>Jefe de administración y contable: salario mensual: \$2.200.000 con todo lo de ley, contrato fijo, tiempo completo Perfil: Con conocimientos en Administración, Fiscales y de contabilidad Experiencia frente a equipos contables administrativos con conocimiento de diferentes áreas de la empresa: Crédito y cobranza, RH, Finanzas. Funciones: Gerenciar las cuentas y los procesos administrativos de la empresa Asegurar un buen registro contable y salvaguardar la empresa de cualquier contingencia fiscal Mejorar la comunicación entre áreas para facilitar el control y flujo de información. Establecer procesos administrativos Reingeniería de procesos y políticas administrativas. Planes de acción para diferentes departamentos de la compañía .</p>	<p>Operarios de máquinas: salario mensual: 1.000.000 con todo lo de ley, contrato fijo a 3 meses Perfil: Experiencia en manejo de maquina referentes al proceso Nivel educativo bachiller Funciones: Abastecer las maquinas con el material según el proceso Manipular la materia prima y mantener el control de la maquina Hacer eficiente el proceso de la maquina Mantener el control de calidad del producto</p> <p>Distribuidores y transportaciones: salario mensual: Perfil: Trabajar de forma rápida y con precaución. Buenas habilidades de organización de almacenes que pueden contener miles de artículos. Una buena memoria para recordar donde han sido almacenados los distintos artículos. Estar físicamente en forma, ya que el trabajo puede implicar flexionarse, levantar, cargar y empujar paquetes pesados. Pase de conducción, y experiencia de 1 año conduciendo Funciones: Verifica que la marca y las cantidades del pedido son correctas. Transportar la mercancía controlar e informar sobre las existencias</p>
---	---	--

como por el desempeño diario de cada trabajador encargado de algún proceso productivo.

presentes en el almacén en cada momento
Empaquetar las mercancía y ayudar a organizar la bodega

K. GRUPO POBLACIONAL

Hombres y mujeres de 18 a 25 años que por su estilo de vida pasan el mayor tiempo fuera de sus casas ya sea a trabajar y/o estudiando, de igual manera aquellos que quieren cuidar el ambiente con su consumo responsable.

**Firma del
responsable
del producto:**

REPRESENTANTE LEGAL

**Nombre del
Responsable del producto**

Jenny Carolina Ruiz
Cordoba

Firma:

J. Carolina Ruiz C.

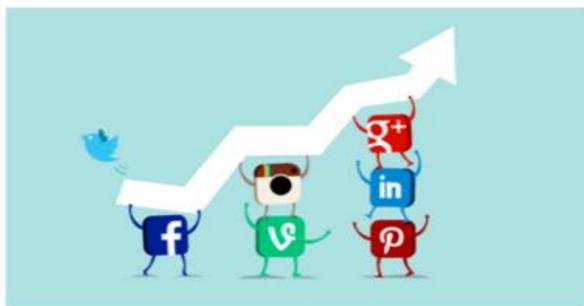
Producto mínimo viable

¿Que problema estas tratando de resolver?



El problema principal esta a la baja participación y reconocimiento en redes sociales y plataformas digitales a la hora de llamar la atención de los clientes y atraerlos, pues no habrá un amplio alcance.

¿Cómo resolverás este problema?



Mayor inversión en la publicidad, e implementación de estrategias exitosas siendo contantes en las publicaciones llamativas e interesantes a los ojos de los consumidores.

¿Quién es tu público objetivo?



Cualquier persona que tenga acceso a internet, y por lo general consuman contenido de productos para el hogar o cuidado personal, por medio de redes y plataformas digitales.

Cuál es el primer paso?



Generar publicaciones y campañas digitales atractivas y dinámicas que llamen la atención y capten clientes al instante

Conclusiones

El cepillo dental de bambú 5 en 1 es una idea innovadora que contribuye al cuidado del medio ambiente reduciendo el consumo de plástico, además muestra una ventaja competitiva sobre los cepillos comunes, como lo son los compartimientos para los diferentes productos de higiene bucal, incluidos en uno solo, su material, su practicidad y demás.

El producto se sacará al mercado con ayuda de las diferentes estrategias estudiadas a lo largo del proyecto poniendo énfasis en la idea de ofrecer un artefacto amigable con el medio ambiente, publicándose y vendiéndose por plataformas digitales.

Se requiere de un buen estudio de costos para tener clara la inversión del proyecto y poner en marcha el plan de negocios e inicio de actividades, teniendo en cuenta análisis del sector previo, donde ejecutaremos el desarrollo del producto.

El producto es viable ya que tuvo atracción en las publicaciones realizadas en redes sociales y la página web que se realizó, a las personas les llamo la atención los beneficios que trae consumir productos amigables con el ambiente, además la utilidad que trae usarlo en su cotidianidad

Referencias

- Actualicese*. (15 de julio de 2015). Obtenido de <https://actualicese.com/preoperativos-siempre-iran-en-el-gasto-niif-para-pymes/>
- Bavaresco, I. (21 de 05 de 2013). *GABP INGENIERIA*. Obtenido de <https://gabpingenieria.weebly.com/uploads/2/0/1/6/20162823/limadora-cepilladora.pdf>
- iMac. (2020). Obtenido de apple.com: <https://www.apple.com/co/imac/specs/>
- Metrocuadrado.com. (17 de 03 de 2020). *El tiempo*. Obtenido de <https://www.metrocuadrado.com/bodega/s/arriendo/bogota/zona-industrial/>
- Mirón, V. D. (09 de Diciembre de 2017). *My animals*. Obtenido de <https://myanimals.com/es/oso-panda-china-simbolo-cultura-tradicion/>
- OEDIM. (2015). *OEDIM*. Obtenido de <https://www.oedim.com/blog/significado-de-los-colores-en-publicidad-marketing>
- tools, L. (2020). *directindustry.es*. Obtenido de <https://www.directindustry.es/prod/laguna-tools/product-116221-2065649.html>

