



IDEA DE NEGOCIO

TRAJES Y FORROS ANTIFLUIDOS PARA MORRALES

MARIA FERNANDA LOPEZ PAREDES

ROSA ADRIANA PEÑA SAIZ

FRANCY CAROLINA REY TAMI

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONALES

CREACION DE EMPRESAS II

BOGOTA 2020

INTRODUCCION.

El plan de negocios, para la creación de empresas de confecciones forros y tajes antilfluidos Bioprotec, nace ante la necesidad actual por la contingencia biosanitaria, del Covid-19, y el deseo de contribuir con el desarrollo económico, social, y sanitario, generando soluciones para el reintegro escolar de los colegios del sector. Aprovechando la oportunidad y la detección de las nuevas oportunidades latentes en los mercados. La realización de este trabajo permite aplicar a la vida real los conocimientos adquiridos durante, la formación académica, evidenciando la importancia de desarrollar una idea de negocio enfocada en la producción de un producto que proteja los elementos escolares y cuide la salud de los niños y su entorno en general, que se ve afectado por la crisis dela pandemia que actualmente se vive.



Por lo anterior la idea de negocios promover el empleo, la industrialización y el fortalecimiento empresarial.

1. Descripción de la idea de negocio

Elaborar un plan de negocios para diseñar, confeccionar y comercializar una alternativa mediante trajes y forros fabricados en tela antilfluidos, para la protección y cuidado de los niños y personal de los colegios que al retorno después de la pandemia se debe contar con los protocolos de bioseguridad.

Tabla 1. Características del producto

CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS	
BENEFICIOS	Uso de prenda protectora para niños, adolescentes, y adultos (hombres y mujeres)
Características físicas	Comodidas en el momento de realizar sus actividades precios justos materias primas de calidad(antilfluidos) Variedad en los diseños y colores Variedad de tallas
Servicio pre-venta	Informacion al cliente del proucto cumplimiento en los tiempos de entrega Informacion sobre el uso y cuidado de los productos
Servicio pos-venta	Atencion de PQR y sugerencias de los clientes
Desarrollo Producto	Desarrollo de diseños de acuerdo a las solicitudes de los clientes (personalizacion, tallas, colores)

NOMBRE	DESCRIPCION	FOTO
<p>TRAJE ANTIFLUIDO</p>	<p>El antifluído textil es un acabado protector que repele líquidos y salpicaduras accidentales. Esta repelencia contra fluidos accidentales se da gracias a unos procesos químicos en el acabado de las telas (poliéster), los cuales logra evitar estas manchas en los uniformes como rastros de sangre, sustancias tóxicas, corrosivas y factores ambientales, entre otros</p> <p>Traje Completo: resortado en brazos, piernas, espalda y capucha.</p> <p>Cierre: para vestirse y desvestirse fácilmente.</p> <p>Disponible en talla de acuerdo a su requerimiento o las básicas (de la 6 a la 16- S-M-L-XL)</p> <p>Opción Económica</p>	
<p>FORRO ANTIFLUIDOS</p>	<p>Protector de morrales con elástico, ajustable a distintos modelos y tamaños de morral</p>	

Fuente. Elaboración del grupo de trabajo

1.1. ¿Quién es el cliente potencial?

Para Bioprotec nuestro cliente potencial está enfocado principalmente en el mercado de grandes, medianos y pequeñas instituciones educativas y personas naturales.

El mercado está compuesto por 1.757 instituciones de clase privado con un gran número de estudiantes y docentes, localizados en la zona urbana de la Bogotá, la cual la empresa quiere lograr cubrir un 60% de su totalidad actual.

Tabla de 2. Población objetivo

Clases de colegios						
	Distrital	Oficial	Privado	Privado		
Distrital	Administracion	Regimen Privado	Matricula	Regimen	Total	
	Contratada	Especial	Contratada	Especial		
390	2	11	1.757	6	2	2.168

Fuente. Archivos de la secretaria de educación de Bogotá

Las fuentes de información de investigación de la segmentación fueron secundarias tomadas de la secretaria de educación de Bogotá, localidad 10 de Engativá.

Con esta investigación se pudo determinar el tamaño de los clientes objetivos, y la manera en que se va a vender el producto.

1.2. ¿Cuál es la necesidad?

Debido a la pandemia, hemos realizado un producto que permita la protección en un 99.99 % a nuestros usuarios ya que hay 1.015.585 personas contagiadas con Covid 19 las personas han invertido en un 80 % en elementos de protección para poder cumplir con los protocolos de Bioseguridad y así queremos llegar a que las personas tengan presente el cuidado personal para no llegarse a contagiar.

1.3. ¿Cómo?

Se pretende fabricar trajes y forros para morrales de los niños en tela antilíquidos, que les proteja y sea de fácil limpieza, y desinsectación. La idea es poder confeccionar una prenda ligera y útil para el retorno a la presencialidad de los colegios.

1.4. ¿Por qué lo preferirán?

Como lo planteamos en la necesidad, Porque de acuerdo a la reanudación de la presencialidad escolar de los niños, se corre el riesgo de que en los uniformes y útiles estén expuestos al virus y por ende el contagio de ellos a través de sus implementos escolares. Este producto lo preferirían por ser un elemento protector. Los forros y trajes elaborados en telas antilíquidos cuentan con características como la alta durabilidad, son livianos, su diseño ajustable se adapta a todos los tamaños de los morrales y al cuerpo, son ideales para la protección del morral y sus pertenencias, así como la ropa de quien lo porte y a su vez cumplen con la bioseguridad, y pueden ser

personalizados de acuerdo a sus preferencias (colores, nombres del estudiante y diseño del colegio). Y son de calidad garantizada. Es un sin número de ventajas por las cuales consideramos que nuestros clientes lo preferirían.

2. ESTRUCTURE LA IDEA DE NEGOCIOS



2.1. Modelo de negocio de ventas por internet

El modelo de negocio que considero que es adaptable a nuestra idea de negocio es crowdfunding porque garantizamos que al comprar el producto cumple con todos los estándares de seguridad y así generamos confianza y más gusto hacia el producto.

2.2. ¿Cómo captar clientes?

Realizaríamos un filtro que al visitar una página web de internet pueda ver por medio de la publicidad nuestros productos. Así como también pueden verlos por medios de nuestras redes sociales de la compañía.

2.3. ¿Cómo y qué alternativas se le brindaran al cliente?

Las alternativas que les brindamos a nuestro cliente es la garantía de nuestro producto y el cambio inmediato si no cuenta con la satisfacción evaluada por el cliente, en nuestras redes sociales podrán calificar nuestro producto.

2.4. ¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos utilizados acorde al modelo?

La venta la cerraríamos dependiendo de la forma de pago que elija nuestro cliente ya que contamos con todas las formas de pago (tarjetas de crédito / Visa / MasterCard, efectivo y contra entrega) el método que tenemos son nuestras plataformas virtuales como lo son Instagram, Facebook, twitter y nuestra página online.

Tabla 3. Innovación Sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>producto o servicio ¿el producto tiene un eco diseño? Si porque es tela lavable y reutilizable.</p>	<p>¿usa eficientement e el agua? ¿como?</p> <p>Sí, porque es un producto elaborado con tela anti fluido lo que facilita su rápida limpieza y desinfección ahorrando el consumo del agua.</p>	<p>¿reduce el consumo de energía? ¿cómo? ¿qué equipos utiliza?</p> <p>Si, se hace un uso consiente de la energía ya que la fabricación y elaboración del producto al ser en una tela liviana no demanda un tiempo exagerado y el uso de la energía es moderada.</p>	<p>¿reduce los insumos? ¿cómo? ¿utiliza químicos? ¿cuáles?</p> <p>Con el retal sobrante de la elaboración de los forros y trajes se fabrican tapabocas que permiten un uso y se hace aprovecha el recurso de toda la materia prima, generando así un mínimo porcentaje de desperdicios, ¿utiliza químicos en la fabricación del producto no se utiliza ningún producto químico, que empaque y embalaje utiliza? para la entrega</p>	<p>¿ha metido su huella de carbono? ¿cuál es el resultado?</p> <p>Nuestro producto es amigable con el medio ambiente por lo cual no aplica ya que no genera efecto de gases.</p>	<p>¿qué residuos recicla?</p> <p>Cartón y plástico.</p>
			<p>por unidad se hace entrega en una bolsa plástica y para la entrega al por mayor se utiliza un embalaje en caja de cartón.</p>		

marketing Hacer campañas mediante las marquillas y el mercado personaliza do de los forros y trajes (cuida tu vida y tu salud haciendo un buen uso con Nuestro producto).		¿Qué medios de transporte utiliza? Terrestres.	¿qué materiales utiliza para las actividades de marketing? 1. Redes sociales 2. voz a Voz 3. Catálogos		
--	--	---	---	--	--

Fuente. Elaboración del grupo de trabajo

3. ANALISIS DEL SECTOR

3.1. ¿Identifique Competencia?

Actualmente en el sector hay varias compañías que fabrican y confeccionan este tipo de prendas La empresa Totto Nalsani SAS es una multinacional de moda líder en Latinoamérica que ofrece la más sofisticada variedad y tecnología en forros antilíquido para maletines, morrales, mochilas, y bolsos. Por tal razón es nuestra competencia ya que tiene la experiencia en el mercado de forros antilíquido.

3.2. Variables importantes de la idea de negocios.

Algunas de las variables importante en esta idea de negocio y tal vez la más difícil radican en buscar la fidelización de nuestro producto ya que está directamente dirigido a los niños y personal de colegios, entre las más importante encontramos variables como:

- Producto
- Localización
- Financiación
- Restricción económica
- Local propio y medios de transporte propios para la entrega de los productos
- Clientes y proveedores
- Distribución

3.3. Dale un valor de (1 a 5)

Teniendo en cuenta factores como la innovación, de un producto que ya está en el mercado y la identificación de necesidad entre otras, considero que nuestra idea de negocio es viable y sostenible, nuestro equipo le daría un 4.

3.4. Desarrolle la estrategia con explicación

- Para la fabricación de nuestro producto, buscaremos diseños nuevos e innovadores personalizados, apoyándonos de los conocimientos de un diseñador y de personal capacitado para la realización de los mismos
- Realizar una campaña de expectativas, impulsando el uso de los trajes y forros antilíquidos como protección y cuidado de la salud.
- Promocionar mediante redes sociales y plataformas digitales los ecodiseños con un plus diferencial de las otras marcas.

Tabla 4. Estrategias

	Ubicación	Precio	Clientes	Preferencia	Producto
Trajes y forros antifluidos	Se requiere un local comercial para la exhibición del producto. Y por medio de las Plataformas digitales o redes sociales.	El precio asignado a cada traje varía dependiendo el tallaje y personalización y precio estándar del mercado.	Los clientes definidos para la venta de Nuestros productos son las instituciones educativas.	Un producto ligero cómodo, de fácil limpieza y uso de alta calidad y protección y diseños.	Producto garantizado, innovador, ecológico, de calidad.
Totto Nalsani	La ubicación de estas tiendas no solo son físicas sino tiendas online.	Precios con ganancias, hasta del 60% por cada producto.	Clientes potenciales frecuentes y preferenciales	Su preferencia por su calidad, diseños	Producto con calidad, diseños.
Negocios informales.	No siempre se encuentra, debido a su Constante movimiento.	Precios con ganancias, hasta del 30% por encima de los usual.	Clientes pasajeros.	Precio y ubicación	Producto con baja calidad y diseños básicos

Fuente. Elaboración del grupo de trabajo

4. ANALISIS DE POTER

Buscamos ser emprendedores creando una empresa que ofrezca beneficios, ya que se tiene en cuenta el riesgo de emprender y crear un producto innovador incursionando en el mercado. Se realizó este estudio basado en las cinco fuerzas de Porter dónde se evalúa un sector en función de las cinco fuerzas existentes a través del análisis y la identificación la cual permite a nuestra empresa conocer la competencia que tenemos en el sector. Así, se puede realizar un análisis objetivo y hacer frente a la situación con un gran concepto de negocio con el que se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia. El presente proyecto de emprendimiento se

relaciona con la teoría de Michael Porter, basados en determinados mercados y sectores, viendo la viabilidad de resultados futuros creando nuevas economías siendo nuestro proyecto el más innovador día a día. En teoría podemos encontrar algunos acontecimientos positivos y negativos que también se basa en la relación de nuestro emprendimiento frente a su entorno. Teniendo en cuenta lo antes en mención implementamos y describimos las 5 fuerzas de Porter así:

4.1. Poder de negociación con los clientes: En Bioprotec nuestros clientes son el mayor potencial quienes interesados en la protección y cuidado de los niños y personal de los colegios que al retorno después de la pandemia se debe contar con los protocolos de bioseguridad. Con los productos de nuestra compañía esta destinados a cumplir las expectativas contra las alteraciones de salud, brindando calidad y un precio asequible al público a comparación de los precios que maneja el mercado de los implementos de forros y trajes antifluído. Bioprotec ingresara al mercado, dado que la producción de sus forros y trajes antifluído son eficientes, de la más alta calidad y conservadores con la salud de los consumidores. Mantendremos con nuestros clientes un trato preferencial, realizándole descuentos de acuerdo a las compras realizadas. Dándole una atención al cliente siendo cumplidos con las entregas, en ocasiones especiales haciendo obsequios y generándole una confianza con nuestro producto.

4.2. Poder de negociación con los proveedores: La idea es realizar alianzas estratégicas con nuestros proveedores. Para Bioprotec es fundamental la comunicación asertiva y productiva con los proveedores dado que los mismos serán terceros en crecimiento, quienes dispuestos a la fabricación de materia prima y su mano de obra pueden brindarnos materiales de calidad. Es

importante tener en cuenta que las relaciones comerciales de la empresa se enfocaran en buscar el crecimiento de los proveedores que tiene pocas posibilidades de posicionarse en el mercado de materia primas orgánicas y las investigaciones de nuevos materiales que se puedan implementar en la línea de producción de la empresa. compartiendo beneficios para ambas partes, manteniendo los términos de negociación y pagos, siendo constantes en las compras.

4.3. Amenaza de productos sustitutos: Una de las ventajas de la compañía es la línea de productos a base de materias orgánicas. Nuestros productos creados con tecnología Spunbond y Meltblown serán emergentes en la demanda gracias a la composición de materiales no tejidos se han convertido en productos básicos. La tecnología permite la producción de telas no tejidas para una amplia gama de aplicaciones en materia de higiene que además los productos serán de bajos costos y serán puesta al mercado para la adquisición de la demanda. Es importante mencionar que a la fabricación de trajes y forros antilíquido a base de telas spunbond, no son predominantes en el mercado característica que favorece a la compañía para dar a conocer un nuevo producto distinto a lo tradicional en el mercado. Actualmente en el mercado existen productos similares que ocasionan una amenaza directa, incluso cuando la calidad no es buena sin embargo los clientes están dispuestos a comprarlo por sus bajos precios, así como también productos como los Totto a que a pesar de sus altos costo pagarían valor por su excelente calidad.

4.4. Amenaza de productos entrantes: De acuerdo a la nuestra investigación encontramos que pueden ingresar nuevos competidores en esta línea de mercado, pero para reducir la amenaza, nuestra idea de negocio se fundamentará en ingresar nuestros productos al mercado de una forma sigilosa posicionándose inicialmente en el mercado local, generando reconocimiento

de marca y ampliación de la demanda a través del marketing ambiental. Nos caracterizamos por la fabricación de productos a base de tela no tejida, los cuales serán altamente diferenciales de la competencia por sus descripciones, calidad, uso, precio y valor agregado, estamos dispuestos a incrementar y mejorar los canales de ventas, realizar una inversión en marketing y publicidad, garantizar siempre la calidad del producto y estandarizar su precio de venta.

4.5. Amenaza entre los competidores: La empresa está dispuesta a realizar mejoras en la experiencia con sus clientes, En caso de requerirlo realizas sociedades para incrementar el capital y ser más rentables, cuando las compras superen un valor estimado realizar descuento en la facturación, implementar la publicidad nuevos modelos publicitarios.

5. Marketing mix

5.1. Estrategia de productos para clientes

Núcleo

Composición

- Trajes y Forros: (Capas de Spun Bond y Melt Blown)
- Elásticos: Caucho de neopreno (libre de látex)
- Cremallera: Nylon sobre galón de poliéster
- Hilo: Poliéster/Algodón

Calidad:

Nuestros trajes y forros anti fluidos para morrales son prendas de protección de categoría III de tipo 5 y 6, donde se exige que se realicen pruebas rigurosas a este tipo de equipos para

garantizar su correcto desempeño, según la legislación europea sobre la materia materiales anti fluidos. Cumplen los requisitos de las siguientes Normas Europeas (EN):

EN 13034:1997: Protección Limitada Tipo 6: Frente a productos químicos líquidos (salpicaduras)

EN 13982-1:2000: Protección Limitada Tipo 5: Frente a partículas sólidas suspendidas en el aire.

EN 1149-1:1995: Propiedades Electroestáticas.

Envase

Son productos diseñados con la más alta tecnología (spunbond & Meltblown) representan una nueva clase de producto hecho por el hombre, con una combinación de propiedades que caen entre papel y tejidos. Telas Spunbonded ofrecen una amplia gama de características de los productos que van desde la estructura muy ligera y flexible a la estructura pesada y rígida por lo que constituye aspectos importantes en la propia identificación de nuestro producto:

- Estructura fibrosa Aleatorio
- Alta resistencia al desgarro
- Buena resistencia a las arrugas
- Alta capacidad de retención de líquidos

Es un tejido sin tejer de gran cobertura y que con bajo gramaje consigue gran resistencia longitudinal y transversal, así como por su suave tacto está indicado para nuestra nueva clase de producto.

Diseño:

Nuestros trajes y forros antifluido para morrales están diseñado para aquellas situaciones en las que el usuario pueda entrar en contacto con polvo o salpicaduras de saliva, productos químicos y otros fluidos, por lo que existe riesgo de infección nosocomial con COVID-19 y situación actual en estomatología. Es muy recomendable para aplicaciones secas en general son productos de fácil limpieza, y desinfección. La composición del producto permite ser una prenda ligera y útil para el retorno a la presencialidad de los estudiantes a los colegios / universidades.

Formatos y sus números de pedido

- GRANDES (Dimensiones: 33 x 45.5 x 23 cm.) LARGO – ANCHO – ALTURA

(Peso Máximo: 2150Gr)

- MEDIANOS (Dimensiones: 30 x 42 x 16 cm) LARGO – ANCHO – ALTURA

(Peso Máximo: 1500 Gr)

- PEQUEÑOS (Dimensiones: 29.5 x 39 x 15 cm.) LARGO – ANCHO – ALTURA

(Peso Máximo: 875 Gr)

Servicios:

A partir de las medidas de reanudación de la presencialidad los niveles de Educación Inicial, Preescolar, Básica y Media, se corre el riesgo de que en los uniformes y útiles estén expuestos al virus y por ende el contagio de ellos a través de sus implementos escolares. Los forros y trajes elaborados en telas antifluido cuentan con características como la alta durabilidad, son livianos,

su diseño ajustable se adapta a todos los tamaños de los morrales y al cuerpo, son ideales para la protección del morral y sus pertenencias, así como la ropa de quien lo porte y a su vez cumplen con la bioseguridad, y pueden ser personalizados de acuerdo a sus preferencias (colores, nombres del estudiante y diseño del colegio). Y son de calidad garantizada. Es un sin número de ventajas por las cuales consideramos que nuestros clientes lo preferirían.

5.1.1 Portafolio

Estrategia de promoción. En la estrategia de promoción se cuenta con un brochure que abarca casi todo el material impreso propio de la empresa.

Debido a que el Brochure es una de las tácticas que se utilizan en el mercadeo directo, este es una excelente herramienta para promocionar y mercadear el portafolio de productos y servicios que tiene la empresa de una manera interactiva, en la cual se busca generar recordación por parte de los clientes.

Brochure Bioprotec

The brochure is a yellow-themed promotional material for Bioprotec. It features several sections:

- shop:** A top-left section with a stylized 'shop' logo and images of colorful hooded protective suits (blue, pink, black).
- PLAN BASICO:** A middle section titled 'PLAN BASICO' showing a white protective suit and a white bag.
- PLAN PREMIUM:** A middle-right section titled 'PLAN PREMIUM' showing a white protective suit and a white bag.
- PROMOCION:** A diagonal text element 'PROMOCION' is placed over the 'PLAN PREMIUM' section.
- new collection:** A bottom-left section with the text 'new collection' and images of a patterned bag.
- Text:** At the bottom right, there is a promotional message: 'lleva tu super plan de forro de maleta con traje antifluído con el diseño que desees'.

Fuente. Elaboración por el grupo de trabajo

5.2. Estrategia de Precio

A continuación, se describen los costos y gastos unitarios por producto y su respectivo precio de venta para el cual se tomó margen de utilidad para los forros de 55% y para los trajes un 45% toma este margen teniendo en cuenta los precios de la oferta actual de la competencia y las cantidades a producir).

Tabla 5. Precios

PRENDA	UND A PROD	TIPO DE TELA	M.P	INSUMOS	M.O.D	M.O.I	C.F.	G.A.V.	C.U.	P.V
TRAJES	500	ANTIFLUIDO	\$ 31.250	\$ 12.100	\$ 11.560	\$ 5.800	\$ 3.200	\$ 730	\$ 64.640	\$ 70.000
FORROS	500	ANTIFLUIDO	\$ 6.000	\$ 1.350	\$ 11.560	\$ 1.000	\$ 1.400	\$ 730	\$ 22.040	\$ 25.000
	1.000									

Observación: UND unidad; PROD Producir; M. P materia prima; M.O. D mano de obra directa; M.O. I Mano de obra indirecta; C.F. costo fijo; G.A. V Gastos de administración y ventas; C.U. costo unitario; P.V. precio de venta.

Fuente. Elaboración del grupo de trabajo

Tabla 6. Precio competencia

EMPRESA	TRAJES	FORROS
NALSANI S.A TOTTO	\$ 149.900	\$ 39.900
MERCADO LIBRE	\$ 98.900	\$ 45.000
PAT PRIMO	\$ 112.000	-
DECLATHON	\$ -	\$ 35.000

Fuente. Elaboración del grupo de trabajo

Mantener el nivel de precios similares a los de la competencia, Contar con varias opciones y facilidades de pago.

5.3. Estrategia de distribución



Para que nuestro producto llegue al consumidor final pensamos utilizar el canal directo, que pasa del fabricante directamente llegando así al consumidor final.

El canal nos permite tener mayor cobertura para nuestro negocio, financiación de los integrantes del canal (consumidor final), control del precio final

- Contar con un punto de venta.
- Entregar los productos directamente a las empresas sin contar con intermediarios, ya que la mayoría se hace bajo pedido.
- Mantener un servicio post-venta con los clientes. Servicio personalizado según las necesidades del cliente.
- Cumplimiento en los pedidos.
- Entrega a domicilio.
- Creación de una página web para abarcar mercado y dar a conocer los productos más fácilmente.

Tabla 7. Canal directo

CORTO	LARGO
PRODUCTOR	PRODUCTOR
MINORISTA	MAYORISTA
CONSUMIDOR FINAL	MINORISTA
	CONSUMIDOR FINAL

Fuente. Elaboración del grupo de trabajo

5.3.1 Estrategia de Comunicación.

A través de la publicidad Bioprotec pretender obtener una mayor cobertura en Bogotá, por lo que construyo un cronograma anual en el que se busca dar a conocer los productos, su marca, y brindar se realizarán campañas y darán obsequios por volumen y frecuencia de compra (bolsas del mismo material de la información de la empresa.

Dentro de sus estrategias de publicidad están la creación de una página web la cual da a conocer todos los productos, así mismo un catálogo con los precios tallaje de los y sus respectivas fichas técnicas. Adicional la página tendrá vinculación a las redes sociales de Facebook e Instagram y producto, tapabocas y lapiceros).

Tabla 8. Marketing Mix

	OBJETIVO SMART	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
PRODUCTO	Queremos llegar a ser una empresa distribuidora para poder llegar a un 90 % del mercado, este objetivo lo queremos llegar a lograr el 15	Dar conocer nuestra marca para determinar si el objetivo es abundante y asertivo.	con ayuda de los almacenes de textiles que quedan en la zona de la Alqueria ubicados en Bogotá, para poder llegar a darnos a conocer y así	15 de octubre del 2021.	Zona de la Alqueria	\$11.000.000 mtc

	de octubre del 2021.		cumplir nuestro objetivo			
PRECIO	Aumentar el precio después de que el cliente nos reconozca y así nos haga compras al por mayor	Se busca que el cliente le guste el producto para así lograr que el cliente permita que se le pueda subir el precio	con ayuda de los almacenes de textiles tras el comportamiento de las ventas del producto	15 de octubre del 2021.	Zona de la Alqueria	\$3.000.000 mtc
PROMOCION Y COMUNICACIÓN	Se realizara una campaña por medio de nuestras redes sociales para que el usuario conozca de nuestras promociones y productos	se hará una excelente publicidad para llegar a obtener muchos seguidores	con ayuda de nuestros colaboradores creativos para generar variedades de publicidad	15 de octubre del 2021.	Zona de la Alqueria	\$9.000.000

Fuente. Elaborada por el grupo de trabajo

6. Matriz de Desarrollo de Marca

Bioprotec Soluciones		
Diagnostico del mercado	Identificación de sector	Confecciones de industria textilera trajes y forros antifluidos de la calidad, y diseño.
	Identificar marcas en la competencia	Las principales marcas están representadas por grandes empresa como Nalsani Totto, que cuenta con tiendas físicas en todos el país y ventas por internet al igual que la compañía Falabella, MercadoLibre por otro lado sus ventas son por modalidad e-commerce. Adicional están las microempresas dedicadas a la fabricación de dotaciones que también hace usos delas ventas por internet catalogo y en sus tiendas físicas. Pulso uniformes Dirección: Cra. 19 #19B 63, sur, Bogotá Trajes de Bioseguridad Accos Dirección: Cra 70b# 2a-30
	Soluciones Principales	La diferenciación del mercado personalizado los productos, ofreciendo mejor servicio, calidad y diseños; debido a que los productos contaran con materias primas de calidad, además de enfocarse a un nicho de mercado exclusivo.
	Tendencia del mercado	Trajes y forros personalizados (nombre-figuras-estampados)
	Arquetipo de la marca	Protector y explorador
Realidad Psicologica de la marca	Percepcion de las marca de la competencia	Calidad, Diseño, Variedad, Servicio
	Identificar Variables de neuromarketing.	Diseños unicos y duraderos.
Posicionamiento	Identificar Top of mind	Se destaca por ser lider en Diseño y variedad, ya que posicionamiento satisface las necesidades del consumidor.
	Identificar Top of heart	La mayoría de los consumidores son leales a la marca ya que les generaron confianza al utilizar dichos productos.
Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en marca	Bioprotec es una marca de trajes y forros antifluidos colombiana enfocada para mujeres, hombre y niños, ofrece un producto innovador, personalizado y de calidad. Se ofrece variedad en diseños lo que hace que nuestros productos terminados lleguen a manos del cliente con un valor agregado especial, lo que permite diferenciarnos en el mercado y lograr la satisfacción del cliente. Nuestros productos buscan que el cliente se sienta cómodo al usarlo y conserve su feminidad y masculinidad en look

Estrategia de comunicacion	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	<p>Bioprotec pretende entrar al mercado utilizando compañías publicitarias, redes sociales y pagina web. Las redes sociales son muy importantes en la estrategia de Marketing ya que permite entrar al mercado comercial, los distintos canales digitales como Facebook, Instagram entre otros. Dichos canales son ideales para publicar el contenido del producto, establecer una comunicación directa con los clientes y así llegar a conocer sus preferencias, además permite crear campañas publicitarias.</p> <p>La tecnología nos ha permitido tener el acceso a las redes sociales aprovechando las ventajas que tiene en el marketing, como la confianza de la marca por la experiencia de un cliente con el producto, obteniendo como benéfico la fidelización del cliente y la buena recomendación de la marca.</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/trajes.antifluidos.92 Instagram: trajes.antifluidos92 Pagina web: https://francyrey7.wixsite.com/antifluidos</p>
----------------------------	--	--

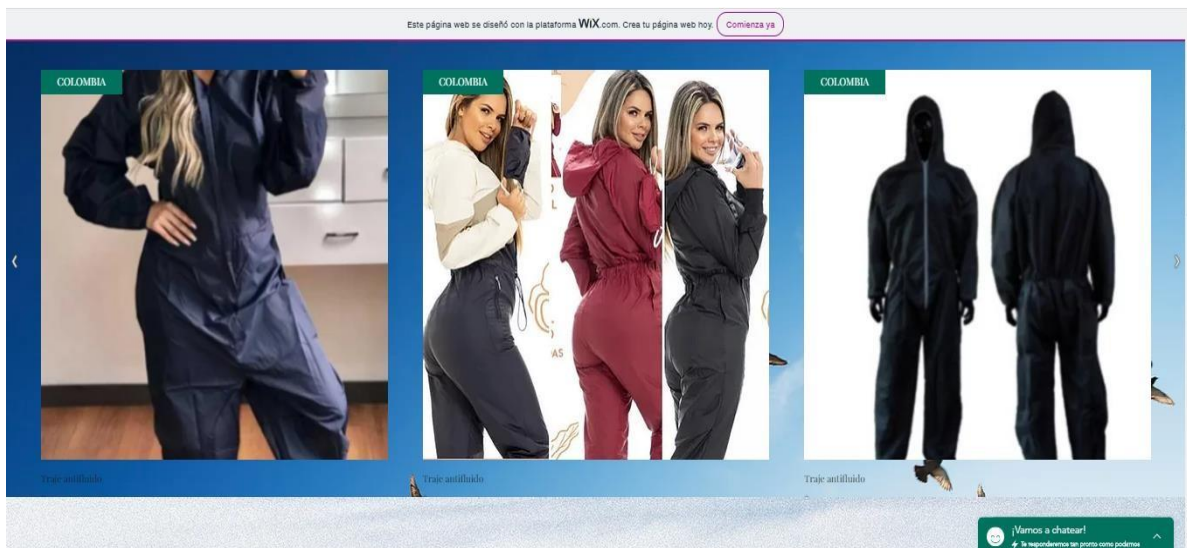
6.1 Logo



7. Estrategia del marketing digital

Dentro de las estrategias de marketing digital con la que queremos darnos a conocer optamos por la creación de una landing page, para la captación de clientes y promoción de nuestros productos.

Página web: <https://francyrey7.wixsite.com/antifluidos>



Este página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. [Comienza ya](#)

Trajes y forros anti-fluidos le ofrece a nuestros clientes un estilo excepcional y una amplia variedad para vestir, sin miras a detenernos en un futuro próximo. Nuestra visión es futurista, centrada en la moda y dinámica, por lo que nuestros productos son el reflejo de eso ideales. Te invitamos a navegar por nuestro sitio web, para que encuentres todo lo que buscas.

FICHA TÉCNICA

Cuidado:

Características:
 Tela especial de tacto suave hidropelotica.
 Impermeable e impermeable hasta 1500 cm de agua.
 Solidez de color al lavarlo por 50 veces.
 Solidez de forro al lavarlo por 50 veces.
 Disponibilidad en TALLAS desde lavados ágiles.

Resistencia:
 Tela muy resistente.
 Alta calidad.
 Variedad en Tallas.
 Cierre de velcro y elásticos sobremedida no doblarse.
 no doblarse.

Talla Colores Densidad



Traje Bioresistencia tela anti-fluido, con capucha recortada, puños resorte, bota recta.

Mucho	Medio	Poco
Color: Negro	Color: Negro	Color: Negro
Material: 100% PVC	Material: 100% PVC	Material: 100% PVC
Resistencia: 1500 cm H ₂ O	Resistencia: 1500 cm H ₂ O	Resistencia: 1500 cm H ₂ O
Resistencia: 5000 cm H ₂ O	Resistencia: 5000 cm H ₂ O	Resistencia: 5000 cm H ₂ O
Resistencia: 10000 cm H ₂ O	Resistencia: 10000 cm H ₂ O	Resistencia: 10000 cm H ₂ O
Resistencia: 15000 cm H ₂ O	Resistencia: 15000 cm H ₂ O	Resistencia: 15000 cm H ₂ O
Resistencia: 20000 cm H ₂ O	Resistencia: 20000 cm H ₂ O	Resistencia: 20000 cm H ₂ O
Resistencia: 25000 cm H ₂ O	Resistencia: 25000 cm H ₂ O	Resistencia: 25000 cm H ₂ O
Resistencia: 30000 cm H ₂ O	Resistencia: 30000 cm H ₂ O	Resistencia: 30000 cm H ₂ O
Resistencia: 35000 cm H ₂ O	Resistencia: 35000 cm H ₂ O	Resistencia: 35000 cm H ₂ O
Resistencia: 40000 cm H ₂ O	Resistencia: 40000 cm H ₂ O	Resistencia: 40000 cm H ₂ O
Resistencia: 45000 cm H ₂ O	Resistencia: 45000 cm H ₂ O	Resistencia: 45000 cm H ₂ O
Resistencia: 50000 cm H ₂ O	Resistencia: 50000 cm H ₂ O	Resistencia: 50000 cm H ₂ O

Composición: 100% PVC

Cuerpo: 100% PVC

Capucha: 100% PVC

Resistencia: 1500 cm H₂O

Resistencia: 5000 cm H₂O

Resistencia: 10000 cm H₂O

Resistencia: 15000 cm H₂O

Resistencia: 20000 cm H₂O

Resistencia: 25000 cm H₂O

Resistencia: 30000 cm H₂O

Resistencia: 35000 cm H₂O

Resistencia: 40000 cm H₂O

Resistencia: 45000 cm H₂O

Resistencia: 50000 cm H₂O

Resistencia: 55000 cm H₂O

Resistencia: 60000 cm H₂O

Resistencia: 65000 cm H₂O

Resistencia: 70000 cm H₂O

Resistencia: 75000 cm H₂O

Resistencia: 80000 cm H₂O

Resistencia: 85000 cm H₂O

Resistencia: 90000 cm H₂O

Resistencia: 95000 cm H₂O

Resistencia: 100000 cm H₂O

Resistencia: 105000 cm H₂O

Resistencia: 110000 cm H₂O

Resistencia: 115000 cm H₂O

Resistencia: 120000 cm H₂O

Resistencia: 125000 cm H₂O

Resistencia: 130000 cm H₂O

Resistencia: 135000 cm H₂O

Resistencia: 140000 cm H₂O

Resistencia: 145000 cm H₂O

Resistencia: 150000 cm H₂O

Resistencia: 155000 cm H₂O

Resistencia: 160000 cm H₂O

Resistencia: 165000 cm H₂O

Resistencia: 170000 cm H₂O

Resistencia: 175000 cm H₂O

Resistencia: 180000 cm H₂O

Resistencia: 185000 cm H₂O

Resistencia: 190000 cm H₂O

Resistencia: 195000 cm H₂O

Resistencia: 200000 cm H₂O

Resistencia: 205000 cm H₂O

Resistencia: 210000 cm H₂O

Resistencia: 215000 cm H₂O

Resistencia: 220000 cm H₂O

Resistencia: 225000 cm H₂O

Resistencia: 230000 cm H₂O

Resistencia: 235000 cm H₂O

Resistencia: 240000 cm H₂O

Resistencia: 245000 cm H₂O

Resistencia: 250000 cm H₂O

Resistencia: 255000 cm H₂O

Resistencia: 260000 cm H₂O

Resistencia: 265000 cm H₂O

Resistencia: 270000 cm H₂O

Resistencia: 275000 cm H₂O

Resistencia: 280000 cm H₂O

Resistencia: 285000 cm H₂O


Resistencia: 290000 cm H₂O

Resistencia: 295000 cm H₂O


Resistencia: 300000 cm H₂O

¡Vamos a chatear!
[👉 Te respondemos tan pronto como podamos.](#)


Este página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. [Comienza ya](#)




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000




Traje anti-fluido \$70,000



Traje anti-fluido \$70,000



Traje anti-fluido \$70,000



Traje anti-fluido \$70,000

¡Vamos a chatear!
[👉 Te respondemos tan pronto como podamos.](#)


Este página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. [Comienza ya](#)

Enviar

Address:
 CLL22#H#113A-13

Email:
 francy.rey@un.edu.co

Phone:
 3205601428



Mapa Satélite

¡Vamos a chatear!
 👉 Te respondemos tan pronto como podemos.

Facebook:



Instagram



8. Estrategia de Marketing Digital

Mediante campañas publicitarias masiva de marketing por medio de las redes sociales, buscamos dar a conocer nuestros productos y para ello se establecieron las siguientes campañas en la que se pretende generar un posicionamiento, imagen y reconocimiento

- Participa en nuestro juego, suma puntos y se el ganador de uno de los 10 peluches Cornavirius, ingresa al siguiente link y en preguntados divierte y gana con Bioprotec ☺ <https://www.facebook.com/games/instantgames>.



- Regístrate en la página de Bioprotec con el número de tu factura y participa en el sorteo de nuestro Kit Seguro.



- Adquiere un forro antifluidos y lleva gratis un lapicero ecológico.



- Aprovecha nuestros descuentos del 25%, en el segundo producto por compras superiores a \$70.000 Promoción Valida por el mes de Noviembre.

INSTRAGRAM

<https://www.instagram.com/trajes.antifluidos.92/>

9. Métricas Clave

- **Metrica CAV**

Promocionar publicación ✕

Días Fecha de finalización Vista previa: Sección de noticias de la computadora ▼

Presupuesto total

\$5.000 ✎

Alcance estimado

180 - 510 personas al día de 5.700.000

Limita el público o aumenta el presupuesto para llegar a las personas que te importan.

Atrás Al hacer clic en "Promocionar", aceptas las [Condiciones de Facebook](#) | [Servicio de ayuda](#)

Promocionar publicación

Alcance estimado
180 - 510 personas al día de 5.700.000

Limita el público o aumenta el presupuesto para llegar a las personas que te importan.

Gastarás **\$1.666** por día. Este anuncio estará en circulación durante **3 días**, hasta el 28 oct 2020.

PAGO

Divisa
 Peso colombiano

Vista previa: Sección de noticias de la computadora

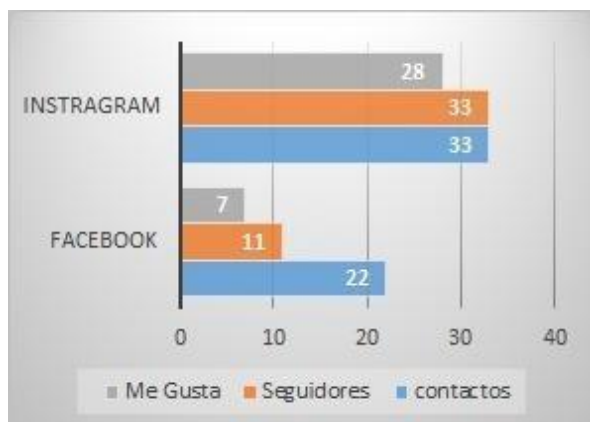
Atrás Al hacer clic en "Promocionar", aceptas las [Condiciones de Facebook](#) | [Servicio de ayuda](#)

Este producto vale 70.000 nuestra ganancia son 10.000 y me contactaron 3 personas para la venta de nuestro producto, en este caso vemos que el CAV es de 5.000

Vendimos 3 unidades 210.000 y tuvimos unas ganancias de 30.000 pesos por lo que vemos que iniciando nuestro proceso es viable para continuar con nuestra idea de negocio.

- **Métrica LTV**

	facebook	instragram
contactos	22	33
Seguidores	11	33
Me Gusta	7	28



9.1. Localización de Proyecto



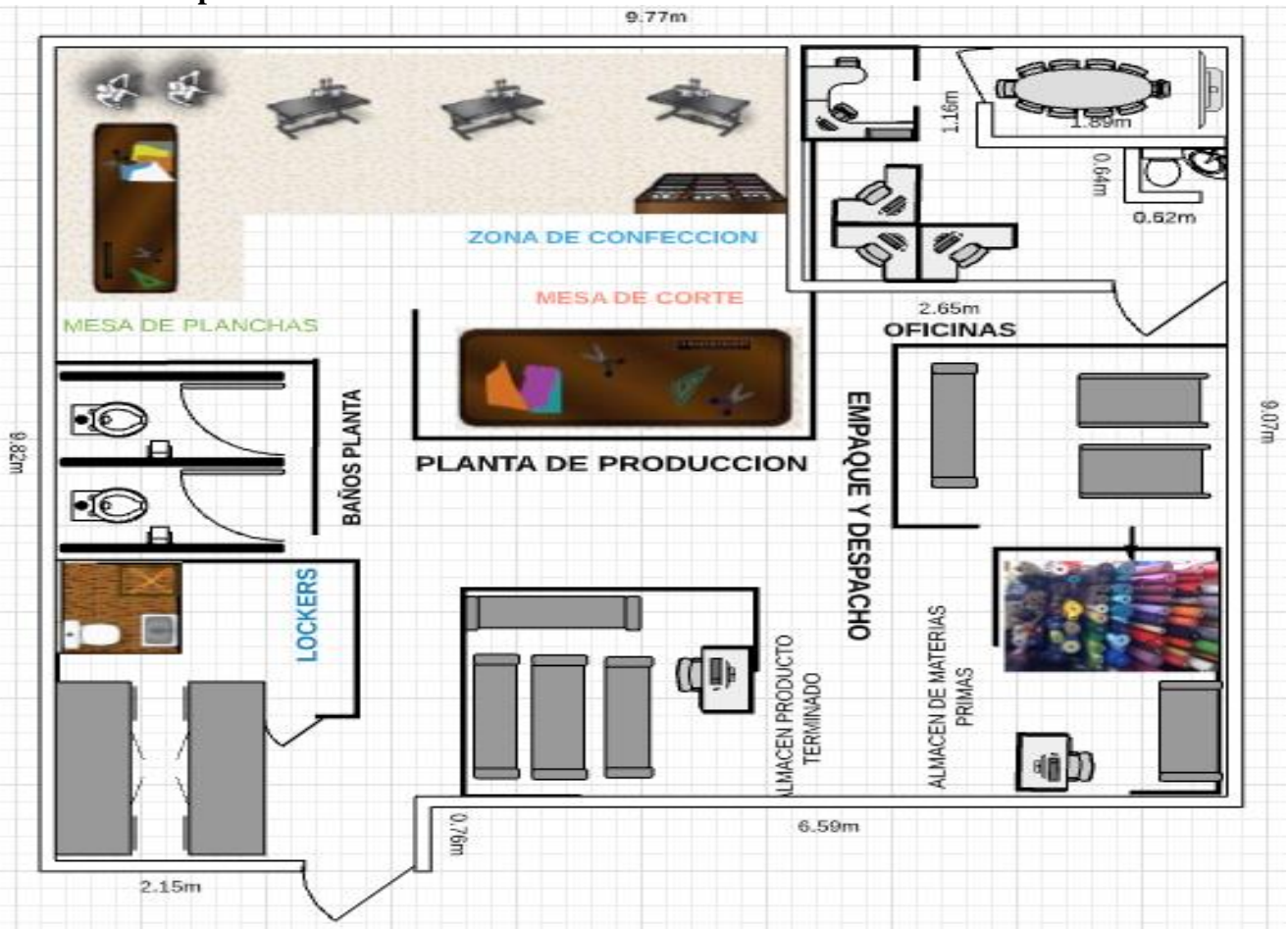
Tipo de Activo	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos tecnicos
Infraestructura Adecuaciones	bodega	1	\$ 1.300.000,0	Bodega con medidas aproximadamente de 2mts por 12mts de ancho y largo
	Adecuacion de las zonas de corte confeccion oficinas Lockers almacenamientos Empaque y despacho Baños	1	\$ 2.000.000,0	Intalaciones y ubicación de las oficinas, planta de produccion almacenamientos y empaque y despacho
Mquinas y equipo	Maquina Fileteadora 5 hilos	2	\$ 1.406.000	Este tipo de máquinas funciona con un mecanismo que permite entrelazar un hilo y dos hilazas, un tipo de costura llamado sobrehilado que consiste en rematar el borde del tejido para evitar que se deshilache.

	Maquina bordadora	1	\$ 3.500.000	No. de Cabezas: 1, No. de Agujas: 15 Velocidad plano, tubular: 1.200 rpm, Largo de puntada: 0,1 a 12,7mm Area de Bordado 360 x 500 mm (Profundidad x Ancho) Cortahilos inferior y superior Capacidad de memoria : 640.000 Puntadas Detector superior e inferior de ruptura de hilos Magnético Monitor de Pantalla : LCD Panel a Color 3" Electricidad : 110-220 V , Consumo de Energia :225 W Brazo cilindrico, funcional para bordar gorra Intercambiador automatico de voltage de 100 a 220 viseversa
	Maquinas planas 2 agujas	2	\$ 3.350.000	Esta máquina permite hacer hasta dos costuras rectas de forma simultánea, lo que ayuda a optimizar mucho mejor los tiempos de producción. Sirve para unir y/o asegurar piezas y para hacer pespuntos. Es utilizada tanto en tejido plano como en tejido de punto.
	Maquinas cortadora	2	\$ 443.700	Cortadora de cuchilla recta de 8". Con sistema de afiladores automáticos. Capacidad de corte de 16.5 cm.
	Encintadora Manual	3	\$ 44.600	Selladora manual semiautomática de cajas de cartón con cuatro cintas planas de alimentación (dos superiores y dos inferiores). La máquina pega la parte superior e inferior de las cajas de tamaño fijo de tipo americano con cinta adhesiva. Esta selladora de cajas de cartón es particularmente adecuada para cajas altas y cortas o inestables. El resultado es una perfecta alineación de las solapas de la caja y un sellado óptimo, realizado por el eficiente cabezal de encintado. La máquina incluye rodillos de entrada y salida y representa una estación de embalaje práctica y sencilla.

Equipos de comunicación y computo	Computadoras	6	\$ 1.400.000	Windows 10 Home 64 Procesador Intel® Pentium® J5040 (frecuencia base de 2,0 GHz, frecuencia de ráfaga de hasta 3,2 GHz, 4 MB de caché L2, 4 núcleos) MEMORIA Memoria, estándar 4 GB de SDRAM DDR4-2400 (1 x 4 GB) Ranuras de memoria 2 SODIMM Número de nota al pie de memoria estándar [27] Hasta 512 MB de la memoria principal del sistema puede asignarse a soporte gráfico para video.
	Telefonos	7	\$ 160.000	Cantidad de cuentas SIP: 1 Con pantalla LCD: Sí
	Impresoras	3	\$ 699.000	Imprima y copie hasta 42 páginas por minuto Alimentador automático de documentos con capacidad para 40 páginas
	Celular corporativo	3	\$ 540.000	
Muebles y Enseres y otros	Escritorios en L	4	\$ 325.000	Cubierta de melamina de 24 mm. de espesor con tapacantos de PVC 1,5mm. de espesor. Estructura de aluminio pintado de color blanco con perfil de sección triangular y patines regulables en altura
	Escritorios en recto	2	\$ 237.900	Cubierta de melamina de 24 mm. de espesor con tapacantos de PVC 1,5mm. de espesor. Estructura de aluminio pintado de color blanco con perfil de sección triangular y patines regulables en altura
	Sillas	10	\$ 65.000	Piston neumatico para cuadrar en altura, que se acciona a través de una palanca mecánica. Espaldar fijo. Material de la tela: ecocuero Material del relleno: espuma de alta densidad Material de base: Nylon 5 ruedas giratorias de Nylon

	Mesas largas	2	\$ 120.000	Metálico Modular Desarmable Fácil Armado Liviano
	Tv sala de Juntas	1	\$ 720.000	32 pulgadas LED Resolución: HD Dolby Digital Plus Audio: 10W Smart Tv Navegador Web 1 USB / 2 HDMI / LAN / Wifi Sintonizador TDT
Gastos pre operativos	Constitución	1	\$ 5.000.000	arrendamientos de maquinarias, bodegas, compra de insumos y materias primas, y mano de obra
	Apertura	1	100000	terminación del producto terminado
	Registro	1	100000	requerimientos de papelería y documentación para la constitución de la empresa

Distribución de planta



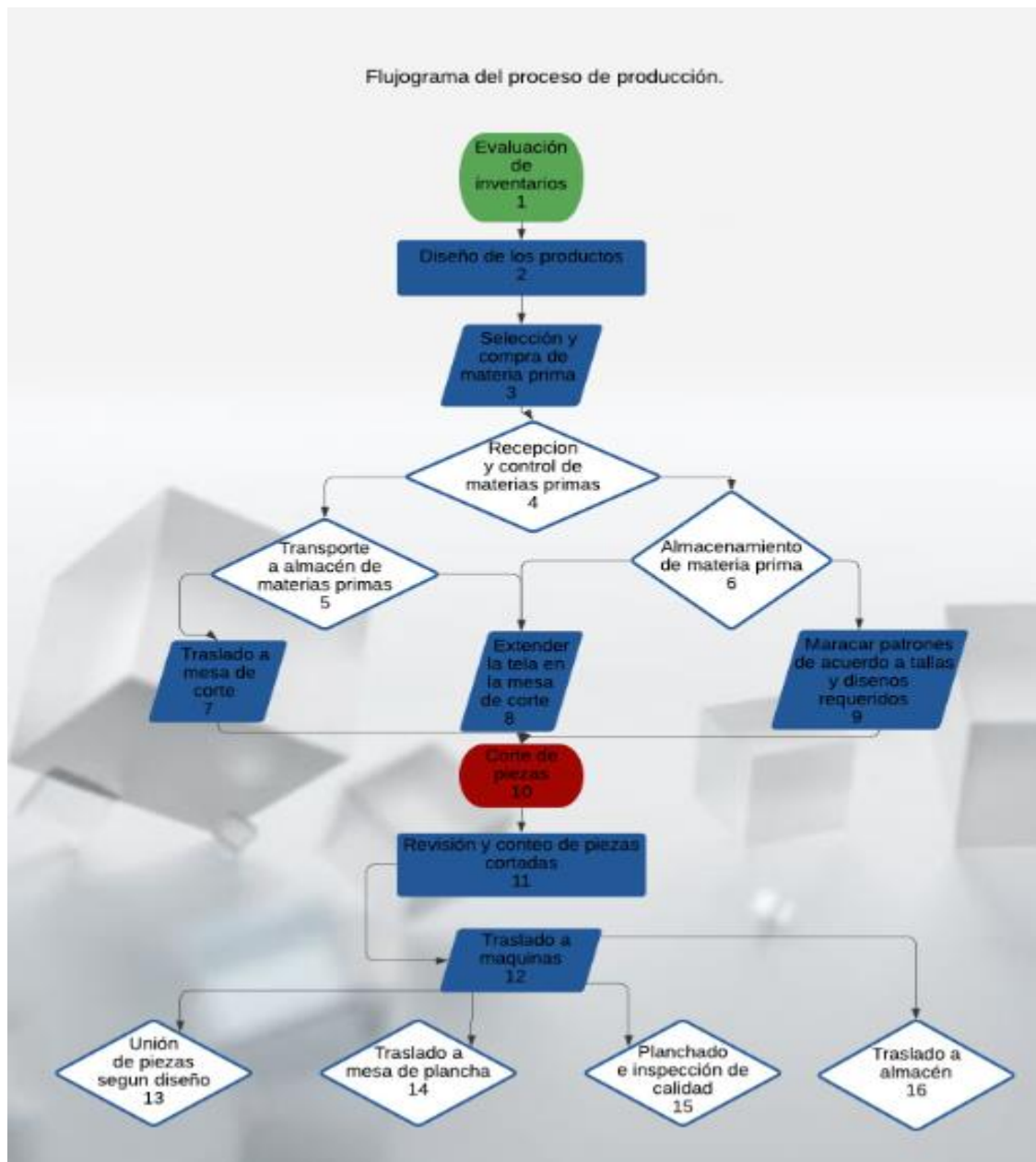
Fuente: https://lucid.app/lucidchart/4c407675-2a80-4f07-83eb-ebc666c920d7/edit?beaconFlowId=E371E4FF0AB18FAF&page=0_0#?folder_id=home&browser=icon

9.2. Ingeniería de Proyecto

Estudio técnico II

1) ¿Cual es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación de servicio?

Flujograma del proceso de producción.




Producción del producto por unidad (trajes antifluido)		
Materia Prima	Cantidad	Precios
Tela antifluido	2.50m	11.000 por metro
Cremalleras	1 unidad	6000 la unidad
Resorte para (puños, cintura, capucha y bota)	50 cm	3000
CIF	Mixto	5000

Producción del producto por unidad (forros para morral)		
Materia Prima	Cantidad	Precios
Tela antifluido	65cm	11.000 por metro
Resorte	25 cm	500 el centímetro
CIF	Mixto	25000

2)

Bien / Servicio : Trajes y forros antifluido				
Unidades a producir :				
Actividades del proceso	Tiempo estimado de realización (Minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Números de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de producto / unidad de tiempo)
Corte de la tela	10 minutos por cada traje	Operarios de maquina plana.	Para el corte del traje se cuenta con 1 operario.	Maquinas cortadora, tiene una capacidad de 480 cortes por 8 horas .
Revisión y conteo de piezas cortadas	5 minutos por traje	Operario	Para el conteo y revisión se cuenta con 1 operarios	N/A
Unión de las piezas	40 minutos por traje	Operarios de maquina plana.	Para la unión de las piezas se cuenta con 1 operario.	Maquina plana de coser
Inspección de calidad	10 minutos por traje	Inspector de calidad	Se cuenta con 1 persona que es la encargada del proceso .	N/A
Traslado almacen	10 minutos	Almacenista	Se cuenta con 1 persona para llevar a cabo esta labor	Estantes y mesas de transporte
Total	75 minutos		5	5

9.3. Ficha técnica

	BIOPROTEC		
	30216530	Antifluidos	14/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
Trajes de protección antifluido			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Trajes y Forros: (Capas de Spun Bond y Melt Blown Elásticos: Caucho de neopreno (libre de látex) Cremallera: Nylon sobre galón de poliéster Hilo: Poliéster/Algodón			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
El diseño de los trajes está de acuerdo al estándar ANSI/ ISEA 101- 1996, sin embargo, las prendas tienen mayor longitud en las extremidades para brindar más comodidad al usuario. <ul style="list-style-type: none"> • GRANDES (Dimensiones: 33 x 45.5 x 23 cm.) LARGO – ANCHO – ALTURA (Peso Máximo: 2150Gr) MEDIANOS (Dimensiones: 30 x 42 x 16 cm) LARGO – ANCHO – ALTURA (Peso Máximo: 1500 Gr) PEQUEÑOS (Dimensiones: 29.5 x 39 x 15 cm.) LARGO – ANCHO – ALTURA (Peso Máximo: 875 Gr) 			
D. TIPO DE ENVASE			
Estructura fibrosa Aleatorio Alta resistencia al desgarro Buena resistencia a las arrugas Alta capacidad de retención de líquidos Es un tejido sin tejer de gran cobertura y que con bajo gramaje consigue gran resistencia longitudinal y transversal, así como por su suave tacto está indicado para nuestra nueva clase de producto.			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Telas Spunbonded			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
Temperatura ambiente			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			
Recepción y/o evaluación de inventarios Diseño de productos Selección y compra de materias primas Recepción y control de materias primas Transporte a almacen de materias primas Almacenamiento materia prima. Traslado a mesa de corte Extiende tela en mesa de corte Maracar patrones de acuerdo a tallas y diseños requeridos Corte de piezas Revisión y conteo de piezas cortadas Traslado a maquinas Unión de piezas segun diseño Traslado a mesa de plancha Planchado e inspección de calidad Traslado a almacén			
H. VIDA UTIL ESTIMADA			

Este producto tiene una vida util de 24 a 36 meses segun su uso.
I. PORCION RECOMENDADA
Se recomienda usar un solo traje y sobre la ropa, se debe seleccionar la talla apropiada de traje que permita el movimiento suficiente para la realización de la tarea. Solo para uso de personal competente y entrenado. Para protección adicional en ciertas aplicaciones, se puede considerar el uso de cinta para puños, tobillos y capucha. Debe usarse también la protección respiratoria correspondiente.
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO
Operarios de confeccion , sus funciones principales son coser,bordar, controlar la maquinaria textil, manejo de materiales como algodón , lana, encaje, etc. Tienen que contar con un año de experiencia , formacion academica : tecnico .tecnologo, profesional; tipo de contrato prestacion de servicios remuneracion tiempo completo.
K. GRUPO POBLACIONAL
Está enfocado principalmente en el mercado de grandes, medianos y pequeñas instituciones educativas y personas naturales.

EL FORMATO IMPRESO, SIN DILIGENCIAR, ES UNA COPIA NO CONTROLADA

<https://www.invima.gov.co>

Página

9.4. Lanzamiento Producto Mínimo Viable

Firma del responsable del producto:	REPRESENTANTE LEGAL
Nombre del Responsable del producto	Firma:
Francy Rey / Rosa Peña / Fernanda Lopez	<i>Francy Rey / Rosa Peña / Fernanda Lopez</i>

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
NUESTRO CLIENTE NOS ESTA PROPONIENDO SACAR TRAJES ANTIFLUIDOS E IMPERMEABLES PARA PROTEGERSE, VAMOS A HACER EL ANALISIS PARA PODER DARLE UNA SATISFACCION FINAL A NUESTRO CLIENTE.	NUESTRO GRAN OBJETIVO ES SATISFACER A NUESTROS CLIENTES Y QUE MANERA MEJOR DE ACERLO AYUDANDOLOS A QUE SE PROTEJAN	EN ESTE PROCESO VAMOS A VERIFICAR QUE SE NECITA, COMO LO NECITSMOS PARA LLEGAR A NUESTRO PRODUCTO FINAL.	DESPUES DE NUESTRO GRAN ANALISIS, HEMOS DECIDIDO HACER TODO EL PROCESO PARA PODER HACER NUESTROS TRAJES ANTIFLUIDOS IMPERMEABLES, PRONTO LLEGAREMOS A NUESTRO PRODUCTO FINAL PARA ASI SATISFACER A NUESTRO CLIENTE. PRONTO NOS VEMOS...

¿Que problema estas tratando de resolver?

HOLA CUAL ES TU PROBLEMATICA?

HOLA! QUISIERA QUE LOS TRAJES ANTIFLUIDOS FUESEN IMPERMEDABLES TAMBIEN PARA EVITAR LAS LLUVIAS Y QUE NOS GENEREN UN RESFRIADO



NUESTRO CLIENTE NOS PROPONE SACAR TRAJES ANTIFLUIDO / IMPERMEDABLE PARA PROTEGERSE DE LAS LLUVIAS .. VAMOS A HACER EL ANALISIS CORRESPONDIENTE PARA LOGRAR UNA EXCELENTE SATISFACCION A NUESTRO CLIENTE.

¿Quién es tu público objetivo?



NUESTRO GRAN OBJETIVO ES SATISFACER A NUESTROS CLIENTES Y LA MEJOR MANERA DE HACERLO ES AYUDANDOLOS A QUE SE PROTEJA ...

¿Cómo resolverás este problema?

**VAMOS A VALIDAR LOS COSTOS Y QUE
MATERIALES NECESITAMOS PARA
RESOLVER LA PROBLEMÁTICA**



**EN ESTE PROCESO VAMOS A VERIFICAR QUE NECESITAMOS
PARA LLEGAR A NUESTRO PRODUCTO FINAL.**

Cuál es el primer paso?



DESPUES DE NUESTRO GRAN ANALISIS, HEMOS DECIDIDO PROCEDER CON LOS TRAJES ANTIFLUIDOS / INPERMEDABLES Y ASI PRONTO LLEGAREMOS A NUESTRO PRODUCTO FINAL. PRONTO NOS VEMOS

Anexos

Gracias por asistir al conversatorio:
 Los retos del emprendimiento para la recuperación laboral y productiva de la economía local en contextos de crisis.

Rosa.Penas@Cun.Edu.Co

Pronto recibirás tu certificado de participación.

¡Te esperamos en un próximo evento!

Te invitamos a que conozcas más de PA'LANTE

[Conoce Pa'Lante](#)

Pa'lante La plataforma que impulsa a l@s berrac@s

This email was sent by crm@telecampus.co to

IBLIOGRAFIA

Referencia: no cuenta con autor ni año

<https://expertosenmarca.com/historia-de-marca-totto/?amp>

Referencia: Gustavo Agudelo, Año 2017- 2018

<https://es.slideshare.net/gustavoagudelo/totto>

Referencia: Totto Año 2014

<https://www.opiniones-verificadas.com.co/opiniones-clientes/totto.com?FbFriend=&filtre=1&p=119>

Referencia: Wix Año 2006-2020 Wix.com, Inc

<https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/b679fe10-da6f-409b-b39a-e20dce33fbb0?metaSiteId=2546fa6b-c039-4058-bb91-7e6e3a28f6a3&editorSessionId=8f8b5a67-e615-4f53-b153-fff6bdb7d1df&onboarding=true>

Referencia: Acaos Año 2020

<https://trajesdebioseguridadyantifluidos.com/>

Referencia: Datos reservados Año 2020

<https://co.totto.com/overol-de-proteccion/p>

Referencia: Copyright Año 1999-2020

<https://listado.mercadolibre.com.co/industrias-y-oficinas/traje-antifluidos>

Referencia: Educación Bogotá Año 2020

https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/

Referencia: Datos reservados Año 2020

<https://uniformelafayette.com/siempre-escuchas-hablar-de-anti-fluido-y-no-sabes-que-es/>

Referencia: Dotaciones Jumart © 2016

<http://dotacionesjumart.com/ns/51/uniformes-antifluidos-bogota>

