

DISEÑO PLAN DE NEGOCIO EMPRESA ECO DENT SAS

KAREN GINETT AVILA ALBARRACIN

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2020

DISEÑO PLAN DE NEGOCIO EMPRESA ECO DENT SAS

KAREN GINETT AVILA ALBARRACIN

Proyecto de Grado como requisito para obtener el título de Administrador de Empresas

TUTOR CIENTIFICO: JOSUE VLADIMIR RAMIREZ

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

2020

Tabla de contenido

LISTA DE ILUSTRACIONES	5
LISTA DE TABLAS	6
DEDICATORIA.....	7
GLOSARIO	9
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	12
2. Identificación del Problema	17
2.1 Formulación del problema	17
2.2 Definición del negocio	18
3. Objetivos	19
3.1 Objetivo general	19
3.2 Objetivos específicos	19
3.3 Visión	19
3.4 Misión	19
3.5 Valores	20
3.6 Análisis FODA	20
4. Justificación	21
5. Estado del Arte	23
6. Marco Teórico.....	24
7. Marco Metodológico	27
8. Resultados.....	28
8.1 Mercado Consumidor	28
8.1.1 Segmento de Mercado	29
8.2 Mercado Competidor	33
8.2.1 Análisis Competitivo.....	34
8.2.2 Ventaja Competitiva EcoBrushy	37
8.3 Mercado Proveedor	38

8.3.1	Criterios Evaluación de Proveedores	40
8.4	Estrategias de Marketing	41
8.4.1	Estrategia de producto	41
8.4.2	Estrategia de precios	42
8.4.3	Estrategia de Plaza o distribución	43
8.4.4	Estrategia de Comunicación	44
8.5	Gestión del Talento Humano	45
8.5.1	Estructura organizacional	45
8.5.2	Necesidad de Personal	46
8.5.3	Principales Funciones	46
8.6	Gestión Legal	47
7.7.	Gestión financiera	48
7.7.1.	Inversion Total	48
7.7.2.	Depreciación	49
7.7.3.	Ventas estimadas	49
7.7.4.	Ventas estimadas	50
8.	Conclusiones	50
10.	Recomendaciones	52
11.	Referencias Bibliográficas	53

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación geográfica de Bogotá	29
Ilustración 2 Mapa de Bogotá	29
Ilustración 3 Distribución de Empleo en Colombia por Actividad economica	30
Ilustración 4 Relacion de Odontologos por años en Colombia	30
Ilustración 5 Distribucion de Odontologos en Colombia	31
Ilustración 6 Segmentación de Mercado	32
Ilustración 7 Mercado de cuidado Oral	34
Ilustración 8 Cepillo Dental Colgate Bamboo	36
Ilustración 9 Presentacion de Eco Brushy	37
Ilustración 10 Logo Proveedor 1	38
Ilustración 11 Cotización proveedor 1	39
Ilustración 12 Logo Proveedor 2	40
Ilustración 13 Muestra Cepillo Eco Brush	42
Ilustración 14 formula Precio de Venta Fuente creación propia	42
Ilustración 15 Estrategia de distribución	43
Ilustración 16 Organigrama	45

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Fortalezas del proyecto	20
Tabla 2 Debilidades del proyecto	20
Tabla 3 Oportunidades del proyecto	21
Tabla 4 Amenazas del proyecto	21
Tabla 5 Segmentación Geográfica	32
Tabla 6 Segmentación Demográfica	32
Tabla 7 Segmentación Psicográfica	33
Tabla 8 Segmentación Conductual	33
Tabla 9 Analisis Competitivo	35
Tabla 10 Ventaja Competitiva del producto	37
Tabla 11 Evaluación de Proveedores	40
Tabla 12 Actividades de Marketing	44
Tabla 13 Necesidad de Personal	46
Tabla 14 Funciones de los cargos	46
Tabla 15 Inversión Total	48
Tabla 16 Depreciación	49
Tabla 17 Ventas estimadas	49

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis padres ya que gracias a su apoyo incondicional he logrado escalar un peldaño más en mi camino, sin duda alguna ustedes son mi mejor ejemplo y una de las más grandes motivaciones que tengo para seguir adelante.

Hoy me siento privilegiada por la formación y principios que me inculcaron y sin duda alguna ustedes son mi pilar es por eso que la que se siente orgullosa de tenerlos soy yo; a donde quiera que vaya soy el reflejo de ustedes.

¡¡¡Siempre diré Gracias Dios por mis padres!!!

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente a Dios por permitirme llegar a este punto de la carrera profesional porque estoy segura que sin su bendición no lograría seguir cumpliendo mis sueños y los de mi familia, en segundo lugar, a mi hija Isabella quien es mi fuente de inspiración y mi mayor alegría impulsándome cada día que pasa a ser una mejor persona para contribuirle un granito de arena a la sociedad.

Es muy importante agradecer a cada tutor de la Universidad Antonio Nariño por su dedicación y apoyo para el desarrollo profesional y personal no solo mío sino de todos los estudiantes que pasan por las aulas.

GLOSARIO

Biodegradable: Producto o sustancia que puede descomponerse en elementos químicos naturales por la acción de agentes biológicos como el sol, el agua, las bacterias, las plantas o los animales.

Bambú: Planta tropical de tallo en forma de caña, alto, leñoso, y resistente, hojas grandes y alargadas de color verde claro y flores en panojas derechas, ramosas y extendidas; puede alcanzar hasta 20 centímetros de altura.

Contaminación: Acción y efecto de contaminar o contaminarse.

Desechar: Apartar de sí alguien o algo que resulta inútil, incomodo o molesto.

Reciclar: Someter materiales usados o desperdicios a un proceso de transformación o aprovechamiento para que puedan ser nuevamente utilizados.

Extinción: Terminación o fin de una cosa, especialmente después de haber ido disminuyendo o desapareciendo poco a poco.

Cambio Climático: Se define como la variación en el estado del sistema climático terrestre.

Eco amigable: significa que es amigable con el eco sistema.

Natural: relacionado con la naturaleza o producido con esta.

Innovación: cambiar las cosas con novedades.

Recursos Naturales: bienes que pueden obtenerse de la naturaleza sin mediar la intervención de la mano del hombre.

RESUMEN

El plan de negocio se basa en el desarrollo de la empresa Eco Dent SAS de carácter privado que se dedicará a comercializar cepillos dentales biodegradables elaborados a base de la planta Bambú, permitiendo mejorar los índices de contaminación y contribuir al medio ambiente positivamente.

Los cepillos dentales representan un elemento muy significativo en la vida de cada ser humano y se convirtieron en algo indispensable ya que es la principal herramienta para el cuidado bucal y personal por lo que la marca comercial de nuestros cepillos será “Eco Brushy” comercializada en dos presentaciones para adultos y niños con empaque de cartón biodegradable también.

Según la segmentación de mercado se elige a la ciudad de Bogotá como foco principal para la comercialización del producto teniendo en cuenta las estadísticas proporcionadas por la Federación Odontológica Colombiana que demuestran mayor concentración de odontólogos y acceso a estos servicios en dicha ciudad; por ende, nuestro producto tendrá mayor recomendación y mayor acogida.

La idea de negocio surge de la necesidad de contribuir con el medio ambiente y poder aportar un beneficio a la humanidad, por lo que se consideró la valoración de proveedores que fabricaran los cepillos de Bambú directamente y que pudieran generar un costo económico al comprar por volumen con el fin de poder distribuirlos en el sector previamente nombrado teniendo en cuenta que en Colombia este tipo de productos no están posicionados en el mercado.

Se evidencia que el proyecto es rentable debido a las investigaciones realizadas a través de encuestas y estudios previos donde se demuestra la aceptación que tiene el producto y lo que las personas estarían dispuestas a pagar por este, por lo que lo ideal es llevar a cabo estrategias fuertes de marketing en redes sociales y medios digitales, de la misma forma las alianzas con odontólogos especialistas en el sector para dar a conocer el producto y posicionar la marca.

La inversión del proyecto corresponde a \$14.300.000 que será aportada por la única socia Karen Ávila y para sostenerlo se tendrá los ingresos por la comercialización del producto teniendo en cuenta que el margen de ganancia será del 50% para poder pagar salarios, campañas publicitarias, impuestos y seguir invirtiendo para la ampliación del portafolio.

ABSTRACT

The Business plan is based on the development of the private company Eco Dent SAS that will be dedicated to commercialize biodegradable toothbrushes made from the Bamboo Plant, allowing to improve pollution rates and contributes to the environment positively.

The toothbrush represents a very significant element in the life of every human being and they became indispensable since it is the main tool for oral and personal care, because the commercial brand of our brushes will be “Eco Brushy” marketed in two presentations for adults and children with biodegradable cardboard packaging.

According to the market segmentation, the city of Bogotá is chosen as the main focus for the commercialization of the product because the statistics provided by the Colombian Dental Federation that demonstrate the concentration of dentist and access to these services in that city.

The Business idea arises from the need to contribute to the environment and be able to bring a benefit to humanity, reason why the evaluation of suppliers that manufactured the bamboo brushes directly was considered and that could generate an economic cost when buying by volume in order to be able to distribute them in the previously named sector because in mind that in Colombia these types of products are not positioned in the market.

It is evident that the project is profitable because to the investigations carried out through surveys and previous studies where the acceptance of the product and what people would be willing to pay for it, so the ideal is to carry out strong marketing strategies in social

networks and digital media; in the same way alliances with dental specialists in the sector to publicize the product and position the brand.

The investment of the project corresponds to \$14.300.000 COP that will be contributed by the sole partner Karen Avila and to sustain it you will have the income from the commercialization of the product because in mind that the profit margin will be 50% to be able to pay salaries, advertising campaigns, taxes and continue investing for the expansion of the portfolio.

1. Introducción

Teniendo en cuenta los lineamientos de la Universidad Antonio Nariño se trabajó con el centro de estudio y análisis económico “CEAE” con las líneas de investigación Economía de la creatividad y desarrollo económico, aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera Administración de Empresas orientados a la planeación y creación de pequeñas empresas en el presente proyecto.

La contaminación ambiental es un factor bastante fuerte tratado durante los últimos años a nivel mundial ya que a raíz de esta se extinguen muchas especies animales, vegetales, mares y ríos; el principal elemento contaminante en nuestro planeta es el plástico ya que su biodegradado se calcula sobre los 450 años es decir que permanece en la tierra casi siempre, se calcula que anualmente 8.300 millones de toneladas de plástico son desechadas por los seres humanos, de las cuales la gran mayoría no lleva un proceso de reciclaje correcto terminando en los ríos, océanos y diferentes lugares donde habitan especies animales que se ven afectadas y en peligro de extinción.

Teniendo en cuenta lo anterior se ha creado un comité a nivel mundial sobre el cambio climático donde se han implementado algunas normas y procesos para mejorar el uso del plástico, también creando campañas para concientizar a las personas sobre el reciclaje e incentivando el uso de elementos biodegradables o amigables con el planeta.

En concordancia con esta política y teniendo como base la problemática del mal uso del plástico se diseña el plan de negocio creando la compañía Eco Dent SAS para comercializar cepillos dentales biodegradables con nombre comercial “Eco Brushy”

hechos a base de Bambú que es una planta con tallo de caña que crece muy fácilmente en zonas húmedas de diferentes regiones, permitiendo que un elemento de primera necesidad para el ser humano pueda disminuir la contaminación ambiental presentada actualmente y también cumpla con la función de higiene bucal.

La empresa Kantar Worldpanel realizó un estudio sobre la industria de cuidado dental arrojando que los hogares colombianos presentaron una frecuencia de compra en cepillos dentales de 1,6 veces por trimestre, es decir que el promedio de compra de este elemento es de tres cepillos dentales por cada trimestre de año para lo cual se logró determinar que en el primer trimestre del año 2017 los hogares colombianos realizaron una inversión total de consumo por valor de \$57.000 millones de pesos, una cifra bastante significativa e importante para la industria y el segmento de cuidado personal.

El objetivo principal es elaborar el plan de negocios para comercializar en Bogotá Colombia productos para el cuidado personal biodegradables con el fin de contribuir al cuidado del planeta tierra. La metodología usada para poder determinar la viabilidad del proyecto es la descriptiva con datos de naturaleza cuantitativa, dichos datos fueron extraídos de investigaciones previas elaboradas por entidades, datos poblacionales proporcionados por el DANE y encuesta a personas donde arrojo la respectiva información.

Una vez planteado el plan de negocio se determina la misión de la compañía que es contribuir a la salud bucal de las personas y bienestar del medio ambiente, además la visión es que al 2023 la marca sea elegida y reconocida por la calidad e innovación. Es importante destacar que el análisis FODA y la ventaja competitiva arrojan los elementos

positivos del producto demostrando también que frente a la competencia se pueden obtener mejores resultados en promoción y calidad si se hace un buen plan de marketing.

Para comercializar el producto es necesario evaluar proveedores que puedan fabricarlos cumpliendo con los estándares por lo que se tienen en cuenta dos proveedores uno que importa desde México y otro que directamente fabrica en Colombia evaluando datos puntuales como tiempos de entrega, presentación y precio por cantidad se obtiene que el proveedor colombiano cumple con nuestros requerimientos y adicionalmente al estar en el país el producto puede ser entregado de forma ágil y con menor trámite; por lo que al tener nuestro proveedor aliado se trabaja con un margen de ganancia del 50% con la idea de cubrir gastos administrativos, operativos, impuestos y obtener utilidades.

Ahora bien, la competencia directa del producto la manejan las empresas Colgate y Biocare, estas cuentan con productos de la misma categoría, pero no son conocidos aun por los consumidores ya que falta promocionarlos y su precio es elevado versus los cepillos dentales tradicionales lo que no resulta ser llamativo para los clientes a pesar de contribuir al cuidado ambiental, por lo que un punto importante para comercializar es también el precio asequible para todo tipo de público.

Con lo anterior se decide conformar el organigrama de la compañía y la gestión del talento humano con nivel salarial por los dos primeros años aclarando que es una pequeña empresa y que lo ideal es que el crecimiento se dé paulatinamente fidelizando clientes y generando estrategias agresivas de marketing con el fin de obtener sostenimiento y que el presente proyecto se cumpla en su totalidad.

Con el fin de poder generar reconocimiento se tiene en cuenta que el plan de marketing de la organización se desarrollará por medios digitales y redes sociales, lo ideal es tener una estrategia de cero papeles impresos también cumpliendo con el objetivo de la compañía ser eco amigables; adicionalmente dentro de la gestión humana se contara con dos promotores comerciales encargados de llegar a los clientes potenciales y generar ingresos por ventas.

Adicionalmente es importante comprender que durante el primer año la inversionista no obtendrá utilidades sin embargo se considera que con las estrategias agresivas de marketing hacia el segundo año las ventas tengan un aumento y de la misma forma los ingresos percibidos; por lo que la inversión sería recuperada totalmente.

La compañía Eco Dent SAS tiene como primer enfoque los cepillos dentales, sin embargo, lo proyectado es que para el 2023 una vez cumplida la misión se pueda modificar con la introducción al portafolio de nuevos productos que cumplan el objetivo de ser eco amigables.

2. Identificación del Problema

2.1 Formulación del problema

La contaminación ambiental por plástico está causando daños irreversibles al planeta tierra, a pesar de hacer diferentes llamados los seres humanos seguimos haciendo mal uso de bolsas plásticas y diferentes elementos que terminan siendo expulsados a los ríos, mares o ecosistemas donde habitan especies que se extinguen por el daño que causan estos elementos.

Aproximadamente se calcula que anualmente 8.300 millones de toneladas de plástico son desechadas por los seres humanos de las cuales la gran mayoría no lleva un proceso de reciclaje correcto por lo que las diferentes entidades y el comité de cambio climático a nivel global han solicitado que se comience por el uso de elementos biodegradables para disminuir los índices de contaminación. (De la Morena, Revista Muy interesante. S.f.),

Ahora bien, los cepillos dentales son elementos fundamentales en la vida del ser humano y según lo recomiendan los profesionales de debe usar uno por trimestre, sin embargo, este elemento tan importante y tradicional está elaborado de plástico lo que aporta un alto volumen de contaminación a nuestro planeta tierra convirtiéndose en una problemática de nunca acabar.

Por lo anterior, surge la necesidad de cambiar los cepillos tradicionales elaborados en plástico por otros que sean realizados en elementos naturales o amigables con el planeta tierra que permitan mejorar los índices de contaminación ambiental y además cumplan con el objetivo de cuidado dental siendo este un elemento indispensable en la vida de cualquier ser humano.

2.2 Definición del negocio

El presente plan de negocio se basa en la creación de la organización Eco Dent SAS ubicada en Colombia ejerciendo la actividad económica de comercializar productos de aseo bucal totalmente ecológicos y amigables con el medio ambiente. Su producto principal se trata del cepillo dental “Eco Brushy” hecho a base de planta de Bambú y cerdas de nylon convirtiéndose en un elemento biodegradable e innovador para el uso diario en adultos y niños en Bogotá-Colombia.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa comercializadora de productos dentales biodegradables en la ciudad de Bogotá.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar la necesidad del mercado en Bogotá para implementar la comercialización de productos dentales biodegradables.
- Determinar el monto de inversión necesario y los costos para la ejecución del proyecto.
- Determinar estrategias para la comercialización del producto foco.

3.3 Visión

Para el año 2023 ser la marca elegida por nuestra innovación en Colombia, siendo reconocida por la calidad de los productos y la contribución al medio ambiente ya que es un compromiso con el planeta.

3.4 Misión

Contribuir a la salud bucal y bienestar no solo de las personas sino del medio ambiente con la comercialización de cepillos dentales a base de bambú totalmente biodegradables cumpliendo estándares de calidad.

3.5 Valores

- Compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente.
- Promover la salud bucal de los consumidores.
- La máxima calidad como objetivo.
- Vocación de servicio.

3.6 Análisis FODA

Tabla 1 Fortalezas del proyecto

-
- Producto 100% biodegradable
 - Producto fabricado con materias primas naturales
 - Implementación de e-commerce
 - Producto Innovador en Colombia
 - Precio asequible
-

Elaboración: propia

Tabla 2 Debilidades del proyecto

-
- Introducción de producto en el mercado
 - Desconocimiento del producto y la marca
 - Precio elevado vs cepillos tradicionales
 - Corta experiencia en el nicho de mercado
-

Elaboración: propia

Tabla 3 Oportunidades del proyecto

- Generar conciencia en los consumidores sobre el impacto positivo de productos en el medio ambiente.
 - Diversificación de productos en un futuro
 - Extensión de ventas a otros lugares del mundo
-

Elaboración: propia

Tabla 4 Amenazas del proyecto

- Marcas tradicionales en el mercado muy bien posicionadas
 - Productos tradicionales a menores precios
 - No hay alta demanda en el mercado de este tipo de productos por el desconocimiento.
-

Elaboración: propia

4. Justificación

Los cepillos dentales ocupan un lugar fundamental en la vida de los seres humanos es por ello que la empresa *Kantar Worldpanel* realizó un estudio sobre la industria de cuidado dental arrojando que los hogares colombianos presentaron una frecuencia de compra en cepillos dentales de 1,6 veces por trimestre, es decir que el promedio de compra de este elemento es de tres cepillos dentales por cada trimestre de año para lo cual se logró determinar que en el primer trimestre del año 2017 los hogares colombianos realizaron una inversión total de consumo por valor de \$57.000 millones de pesos, una cifra bastante significativa e importante para la industria y el segmento de cuidado personal (Rios A. 2017 Julio 12. Revista PYM)

Por otro lado, como es conocido los cepillos dentales tradicionales son elaborados en elementos plásticos y sus derivados además estos según recomendación médica deben ser cambiados cada tres meses lo que hace más intensivo su desecho constante por lo que el 1% de los residuos marinos corresponden a este elemento y se tiene la cuenta que aproximadamente 4.500 millones se botan cada año (Escorcial M. 2018, mayo 17).

Los primeros cepillos dentales fueron elaborados de forma natural con pelos de cerdo y mangos de bambú o huesos por lo que su nivel de contaminación era nulo (Borunda A. 2019, junio 24) sin embargo, a finales del siglo XIX se crean los primeros cepillos dentales plásticos y con cerdas de nylon permitiendo mejores resultados en el aseo bucal, pero comenzando a generar daños irreversibles para el ecosistema.

Con todo lo anterior está claro que los cepillos dentales son muy importantes pero que estos a su vez no contribuyen con el cuidado de nuestro planeta tierra por lo que volver a usar cepillos dentales naturales es una excelente idea que permite solucionar una problemática y además contribuir al desarrollo del ser humano.

En algunos países como España los cepillos dentales a base de la planta de Bambú se están fabricando (Escorcial M. 2018, mayo 17) por lo que la idea del proyecto es comercializar los cepillos en Colombia, esto bajo un tercero que los fabricará, se desarrollarán bajo la marca “Eco Brushy” y tendrán presentación para adulto y niño con el fin de suplir las necesidades de las familias, además de cumplir con los estándares de calidad exigidos por las entidades correspondientes.

5. Estado del Arte

El plástico es un enemigo silencioso del planeta tierra teniendo en cuenta que su biodegradado es eterno y que en la actualidad los seres humanos somos grandes consumidores de este elemento; Las bolsas de plástico, las botellas y tapas e inclusive los cepillos dentales son elementos que se usan a diario y son desechados de tal forma que la gran mayoría terminan en los océanos acabando con miles de especies animales que viven allí.

“Cada año se producen un total de 300 millones de toneladas de plástico. De ellas, se estima que ocho millones acaban directamente en los mares y océanos de nuestro planeta. La inundación de plásticos de mares y océanos es uno de los principales problemas ambientales del planeta, según el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) publicado este 2019. De no tomarse medidas, existe un elevado riesgo de deterioro de los ecosistemas marinos y, por consiguiente, de la biodiversidad marina”
(Revista Infobae. 2019, Mayo 9)

Los cepillos de dientes cumplen un papel fundamental en la vida diaria del ser humano ya que se convirtió en un elemento de aseo indispensable, sin embargo, la mayoría de estos son fabricados en bases de plástico lo que aporta un nivel muy alto de contaminación ambiental y más aún cuando se recomienda que sean cambiados cada tres meses.

“La organización ecologista estadounidense *4Ocean*, que se dedica a eliminar desechos de plástico del océano mediante campañas de voluntarios que se unen para recogerlos en diversos países, compartió recientemente en Facebook imágenes que muestran

cómo nuestra higiene bucal contribuye a la crisis mundial de contaminación provocada por los productos plásticos” [Mehler, M. (2019, Julio 31) Revista Dental Tribune]

“Otro de los artículos de uso diario y que podemos cambiar fácilmente es el cepillo de dientes. Las cifras son espeluznantes: El 1% de los residuos marinos son estos productos de higiene dental; 4.500 millones se tiran cada año, y por la extrema dureza de su plástico tardan millones de años en descomponerse” (Escorcial M. 2018, mayo 17)

“El cepillo de dientes de plástico tal como lo conocemos hoy en día no tiene una larga existencia. Antes de que se inventara en 1938, se utilizaban ramas de árbol o herramientas hechas a partir de animales para mantener la boca saludable” [Mehler, M. (2019, Julio 31) Revista Dental Tribune]

En países como España ya se fabrican y se comercializan este tipo de cepillos dentales siendo exitosos, motivo por el cual se demuestra que este tipo de productos tienen bastante auge en el mercado.

“Varias empresas españolas (Naturbrush o Brushboo) ya ofrecen cepillos de dientes ecológicos y biodegradables fabricados a base de bambú.” (Escorcial M. 2018, mayo 17)

6. Marco Teórico

Un plan de negocio permite demostrar cual es el paso a paso para realizar un proyecto y de la misma forma evaluar la viabilidad financiera del mismo, por lo general un plan de negocio presenta diferentes etapas.

Teniendo en cuenta los lineamientos de la Universidad Antonio Nariño se trabaja con el Centro de estudios y análisis económico “CEAE” con las líneas de investigación Economía de la creatividad y Desarrollo Económico, aplicando lo visto durante la carrera Administración de Empresas y aplicando la creación de pequeñas empresas en el presente proyecto. Dentro de las líneas de investigación de la carrera Administración de Empresas para la creación de una empresa hay muchas teorías que fundamentan el tema y para encontrarlas se revisó la pesquisa de la biblioteca de la universidad Colegio Mayor de Cundinamarca donde se encontraron con las palabras “Plan de negocio” donde arrojó 99.116 resultados de los cuales se tomaron como referencia los más importantes descritos de la siguiente manera.

“La mayoría de las economías actuales tanto a nivel mundial, como latinoamericano y ecuatoriano se componen en gran parte de pequeñas y medianas empresas (PyMEs), que realizan una importante contribución a la industria y al empleo. Sin embargo, existe un factor esencial para la supervivencia, la rentabilidad y crecimiento de las PyMEs, que es la innovación y adecuada utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC.” [Sluzarczyk, M. (2017)]

“El plan de negocio debe hablar por el emprendedor, cuanto más claras sean las ideas, mejor serán los resultados. Un buen plan puede ser utilizado para conseguir nuevos socios e inversionistas, para establecer alianzas con proveedores y presentar a entidades financieras a fin de obtener créditos. El usuario más frecuente del plan es el mismo emprendedor” (Boveda, J. 2019. Servicio de desarrollo empresarial).

“Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto” (Porto J. 2009. Definición plan de negocios).

“Los productos eco amigables son aquellos que tienen un menor impacto o no dañan el ambiente a lo largo de su ciclo de vida, es decir, en la forma en cómo son hechos, utilizados o en su disposición final” (Piensa Profundo. 2017, octubre 13)

“El cambio climático, un tema que constantemente escuchamos, y que forma parte de la agenda de varias organizaciones mundiales entre ellas la Organización de las Naciones Unidas. Un producto amigable con el medio ambiente es aquel que, para su fabricación, utilizan procesos, materias primas y prácticas que requieren de una cantidad menor de energía o recursos naturales, por tal motivo afecta en menor manera al ecosistema que la forma tradicional de hacerlos, así también el destino final de dichos productos, se prioriza su reutilización, reciclaje o rápida degradación” (Vasquez, C. 2012. Gestipolis)

Por otro lado, los negocios verdes en la actualidad son muy importantes ya que contribuyen al cuidado del medio ambiente y además de esto concientizan a las personas para cuidar el planeta tierra.

La American Marketing Association lo define como “el desarrollo y marketing de productos designados a minimizar los efectos negativos en el ambiente físico, o bien para mejorar la calidad”; y también destaca que son aquellos “esfuerzos de las organizaciones de

producir, promover, empaquetar y reclamar productos en una forma sensitiva o responsiva a preocupaciones ecológicas” (Franco, J. 2019, septiembre 23. Blog womgp)

“Para P. Kotler, el Marketing Ecológico surge del Marketing Social, situándolo como mediador entre los intereses individuales y el interés público. Gran número de profesionales del Marketing, reconocen la complejidad de una correcta aplicación del Marketing Verde, debido a su mayor dificultad que el Marketing convencional, pues requiere de nuevas estrategias que suponen cambios esenciales relacionados con la definición de ‘lo verde’, el desarrollo de productos ecológicos y comunicarlos de forma que sean creíbles e impactantes”. (Beriguete, C. 2012, junio 24. Blog Carolina Beriguete)

7. Marco Metodológico

Dentro del marco metodológico se usó la metodología de investigación descriptiva que consiste en puntualizar la población objeto de estudio que el porqué de la investigación, “En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre” (Question Pro. 2020)

Dentro de los métodos de observación para obtener información se manejó el cuantitativo ya que como su nombre lo indica permite cuantificar a través de valores y

datos estadísticos; Dentro del proceso de investigación llevado a cabo se validaron datos cuantificables de diferentes estudios previamente realizados sobre la contaminación ambiental y sobre el uso de cepillos dentales en los seres humanos con el fin de valorar la viabilidad del negocio.

Las etapas del proceso llevadas a cabo comprenden lo siguiente:

- Identificación de la problemática presentada
- Formulación de hipótesis o posibles soluciones teniendo en cuenta estudios previos que arrojaban diferentes versiones para solucionar el problema presentado.
- Elección de técnicas para recolección de datos en este caso se aplican los estudios previos que arrojaron datos, fuentes como el DANE e instituciones que son confiables y permiten obtener información sobre el mercado objetivo.
- Interpretación de la información obtenida a través de la recolección de datos.

8. Resultados

8.1 Mercado Consumidor

El mercado objetivo está conformado por los habitantes de la ciudad de Bogotá en Colombia, principalmente las personas que tienen hábitos de cuidado bucal saludables y que están interesadas a cuidar el medio ambiente; es importante contemplar que Bogotá a 2018 contaba con 7.181.569 habitantes según fuente DANE.



Ilustración 1 Ubicación geográfica de Bogotá

8.1.1 Segmento de Mercado

La empresa Eco Dent SAS tiene como enfoque o mercado objetivo inicialmente la ciudad de Bogotá que a 2019 según fuente DANE contaba con una población de 7.181.569 además por ser la capital del país concentra habitantes de todas las regiones permitiendo abarcar un gran potencial de mercado.

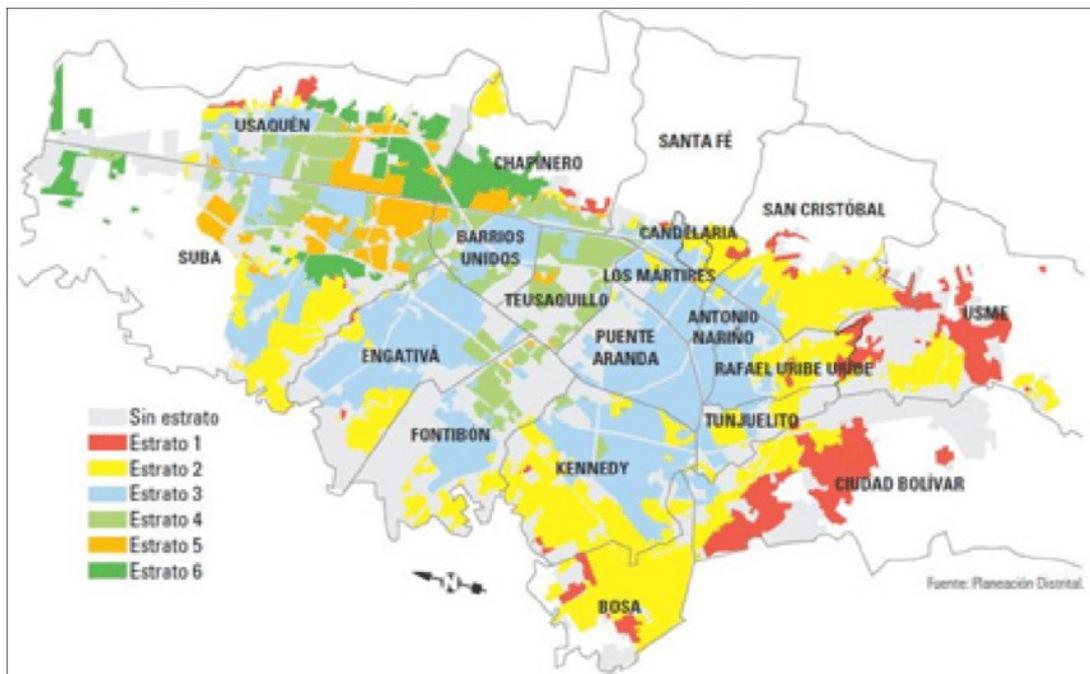


Ilustración 2 Mapa de Bogotá

Es importante determinar cuál va a ser el medio para poder llegar al consumidor final y es que el principal aliado de Eco Dent SAS van a ser los odontólogos ya que ellos son los encargados de recomendar productos para cuidado bucal y así generar un posicionamiento de marca importante en Bogotá - Colombia.

Distribución del empleo por actividad y departamento

ACTIVIDAD	BOGOTÁ%	ANTIOQUIA%	VALLE%	ATLÁNTICO%	SANTANDER%
Prestación de servicios con internación	52,0	58,6	33,2	51,9	51,7
Servicios Médicos	25,7	23,5	44,4	29,6	29,7
Odontología	9,2	7,2	9,4	5,6	7,3
Apoyo Diagnóstico	4,4	3,5	3,5	4,5	3,9
Apoyo Terapéutico	6,6	5,7	6,8	6,1	5,7
Otras Actividades	2,1	1,5	2,6	2,2	1,7

Fuente: SIGIL con base en la Encuesta Integrada de hogares del DANE

Ilustración 3 Distribución de Empleo en Colombia por Actividad economica

Año	N° de Odontólogos	Proyeccion DANE	Relación odontologo por habitante
2.016	51.620	48.747.708	944
2.017	53.077	49.291.609	929
2.018	54.535	49.834.240	914
2.019	55.993	50.374.478	900
2.020	57.452	50.911.747	886

Fuente. Ministerio de Salud -Cendex. Los Recursos Humanos de la Salud en Colombia. Balance, Competencias y Prospectiva. Pág. 140

Ilustración 4 Relacion de Odontologos por años en Colombia

Según la ilustración N° 3 se puede determinar que la odontología ocupa el tercer lugar en el país de los servicios médicos más usados por los usuarios (Unicoc. 2020), y la relación de odontólogos en Colombia también es bastante alta (Ver ilustración N° 4) presentando un aumento en los últimos años por lo que esto permite demostrar que es una industria fuerte,

posicionada y que es el medio para llegar a los clientes finales de nuestro producto “Eco Brushy”.

Distribución Profesionales Odontólogos en Colombia				
Bogotá-Región	Medellín	Cali	Barranquilla	Otros
35%	25%	25%	10%	5%

Fuente: Elaboración propia autores

Ilustración 5 Distribucion de Odontologos en Colombia

Adicionalmente en las estadísticas proporcionadas por el DANE y por la Federación Odontológica Colombiana se puede evidenciar que Bogotá es donde se concentra la mayor parte de odontólogos y además donde más personas acuden a la prestación del servicio por lo que esta ciudad va a ser tomada como foco principal para la distribución del producto EcoBrushy con el objetivo de tener aliados a los profesionales de la salud especializados en el tema para generar recomendación de marca y mayores ventas.

La empresa Eco Dent SAS tiene como enfoque o mercado objetivo inicialmente la ciudad de Bogotá que a 2018 según fuente Dane contaba con una población de 7.181.569 además por ser la capital del país concentra habitantes de todas las regiones permitiendo abarcar un gran potencial de mercado.



Ilustración 6 Segmentación de Mercado

Tabla 5 Segmentación Geográfica

- | | |
|--------------------------------------|----------------------|
| ➤ Región Mundial: América del sur | ➤ Clima: Húmedo frío |
| ➤ País: Colombia | ➤ Sector: Urbano |
| ➤ Ciudad: Bogotá | |
| ➤ Población Ciudad: 7.181.569 (2019) | |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Segmentación Demográfica

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| ➤ Genero: Ambos | ➤ Edad: Todas las edades |
| ➤ Nacionalidad: No Aplica | ➤ Estrato social: 2 a 6 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 Segmentación Psicográfica

-
- | | |
|---|--|
| ➤ Estilo de vida: saludable con aseo dental diario. | ➤ Preferencias: Productos Eco amigables. |
| ➤ Intereses: Preservar del medio ambiente. | |
-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 Segmentación Conductual

-
- | | |
|--|--|
| ➤ Personas que usen cepillo de dientes a diario. | ➤ Personas que habitualmente compran cepillo de dientes. |
|--|--|
-

Fuente: Elaboración propia

8.2 Mercado Competidor

En el mercado actualmente existen diversas marcas de cepillos dentales, sin embargo, la mayoría comercializan cepillos dentales a base de plástico y no hay alguno que sea ecológico o que cumpla con las características puntuales que tiene “Eco Brushy”. Según estudio publicado por el diario la Republica Colgate lidera la lista de favoritismo entre los clientes seguido de Oral B y en tercer lugar la marca Sensodyne (Salinas L. 2018)

“Colgate lidera la lista al tener 38,2% de esta categoría, seguido de Oral B con 21,6%, y en tercer lugar está Sensodyne, de la empresa GlaxoSmithKline, con 7%, según el reporte de Euromonitor International” (Salinas L. 2018)

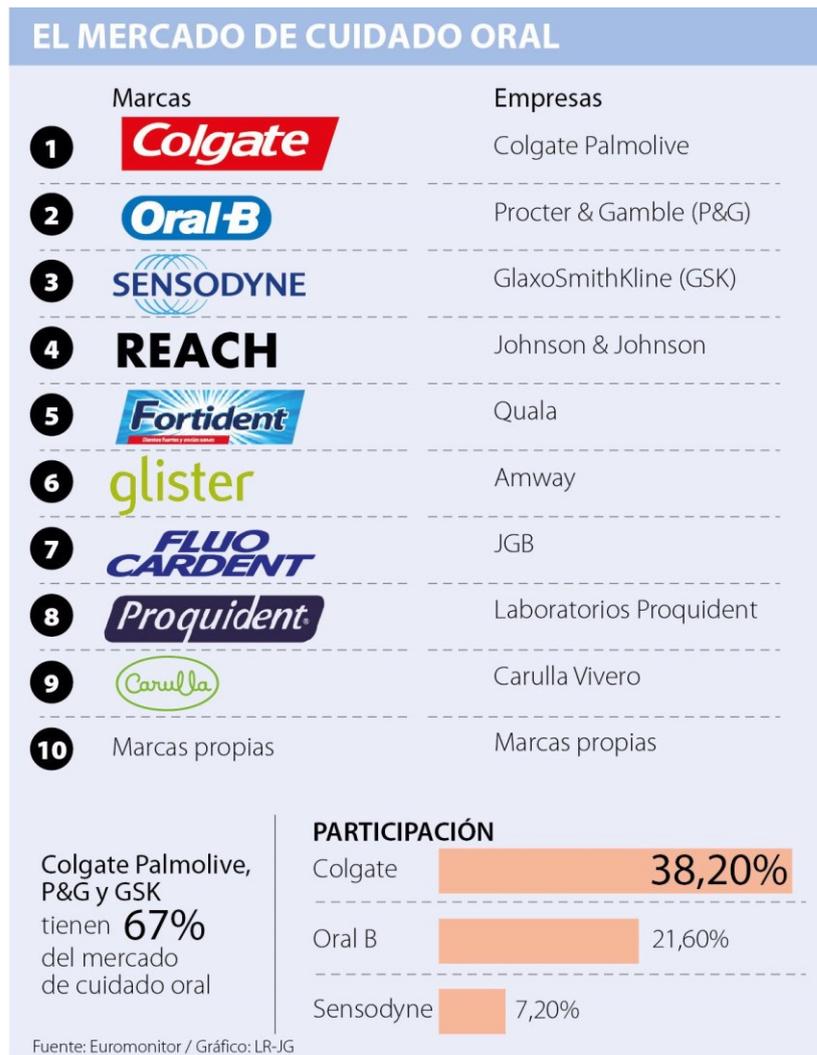


Ilustración 7 Mercado de cuidado Oral

8.2.1 Análisis Competitivo

Teniendo en cuenta que el producto principal a comercializar es Eco Brushy se determina que en Colombia únicamente existen dos marcas posicionadas las cuales cuentan con productos semejantes y pueden ser la competencia directa por lo que se hizo un análisis con Calificación de 1 a 5 para evaluar cual es el mas competitivo en el mercado.

Tabla 9 Analisis Competitivo

Concepto	Colgate	BioCare	Eco Dent SAS
Producto Ecológico	5	5	5
Precio	2	3	5
Disponibilidad del producto	3	3	4
Imagen	5	5	5
Promociones	1	1	3
Publicidad	3	3	4
Recordación de marca	5	2	2
TOTAL	24	22	28

Fuente: Creación propia

Ahora bien, teniendo en cuenta que Colgate es la competencia directa por su trayectoria y reconocimiento en el mercado se hace una valoración del producto que ofrece para poder generar la ventaja competitiva de Eco Brushy.



Ilustración 8 Cepillo Dental Colgate Bamboo

La presentación del producto es en empaque ecológico y básicamente está diseñado para adultos, su distribución se realiza a través de algunas plataformas digitales y Cadenas de Droguerías sin embargo su precio es bastante elevado motivo por el cual la marca no ha generado publicidad del producto; adicionalmente en varias de las droguerías el producto se encuentra agotado ya que la distribución ha sido mínima.

Una excelente ventaja que tiene la competencia es el reconocimiento de marca que tiene entre los consumidores y a pesar de su elevado precio muchas personas están dispuestas a pagarlo ya que tienen idea de que compran calidad e innovación teniendo en cuenta la historia de Colgate. (Información página oficial Colgate)

8.2.2 Ventaja Competitiva EcoBrushy

Tabla 10 Ventaja Competitiva del producto

Producto totalmente Biodegradable y amigable con el planeta tierra
Cuenta con empaque Biodegradable e informativo
Tiene presentación para Adultos y niños
Será recomendado directamente por los odontólogos y profesionales de la salud
Su precio es asequible para cualquier persona sin importar su condición económica
Será ofertado y distribuido también por plataformas digitales implementando e-commerce



Ilustración 9 Presentacion de Eco Brushy

8.3 Mercado Proveedor

Los proveedores son fundamentales para cualquier organización ya que dependiendo de los costos y beneficios que estos otorguen las organizaciones pueden trasladarlos al consumidor final con disminución del precio o creando una oferta que mejore la demanda de la mercancía.

En este caso se debe tener en cuenta que Eco Dent SAS compra los cepillos debidamente terminados por lo que por un lado es importante evaluar proveedores confiables y que cumplan con los estándares de calidad exigidos (Ver evaluación proveedores tabla 11) y por otro lado se deben evaluar las condiciones de pago, la cantidad máxima a producir y la oferta por compra en escala.

El primer proveedor que se tiene es Ambiental Store SAS, es una empresa ubicada en la ciudad de Bogotá dedicada a la fabricación y distribución de diferentes productos Eco amigables entre ellos los cepillos de dientes de Bambú; es muy importante esta compañía ya que al fabricar directamente como actividad económica principal tienen la capacidad de entregar al por mayor la cantidad de cepillos necesarios y suplir las necesidades de demanda que se presenten, adicionalmente sus productos cumplen con los estándares de calidad requeridos y como plus entregan los productos maquilados, marcados y en su respectiva caja teniendo en cuenta los requerimientos solicitados por Eco Dent SAS.



Ilustración 10 Logo Proveedor 1

Ambiental STORE		COTIZACIÓN										
		FECHA: 23/04/2020										
Teléfonos:	_____											
E-mail:	info@ambientalstore.com.co											
Vendedor:	Natalia Valenzuela											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Cliente</td><td></td></tr> <tr><td>Empresa</td><td>Eco Dent SAS</td></tr> <tr><td>Dirección</td><td>Calle 128 D 86 B 14</td></tr> <tr><td>Teléfonos</td><td>311 882 4477</td></tr> <tr><td>E-mail</td><td>admonbogotá@ecodent.com.co</td></tr> </table>			Cliente		Empresa	Eco Dent SAS	Dirección	Calle 128 D 86 B 14	Teléfonos	311 882 4477	E-mail	admonbogotá@ecodent.com.co
Cliente												
Empresa	Eco Dent SAS											
Dirección	Calle 128 D 86 B 14											
Teléfonos	311 882 4477											
E-mail	admonbogotá@ecodent.com.co											
Cant	ARTICULOS	VALOR UNITARIO	VR. TOTAL									
150	Cepillo de dientes en Bambú para niños	4.000	600.000									
150	Cepillo de dientes en Bambú para Adultos	5.800	870.000									
300	Empaques de carton biodegradables	150	45.000									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
			-									
OBSERVACIONES: Dentro del acuerdo comercial si se compran mas de 300 cepillos entre las dos referencias se puede otorgar un 3% de Dto.		SUBTOTAL	1.515.000									
		DESCUENTO	45.450									
		NETO	1.469.550									
		I.V.A (19%)	279.215									
		VALOR TOTAL	1.748.765									

Ilustración 11 Cotización proveedor 1

Por otro lado, se tiene al proveedor Cesar David Castillo de la ciudad de Medellín que importa directamente de Quiminet Mexico los cepillos debidamente marcados y en su respectivo empaque; adicionalmente cumplen con todos los estándares de calidad requeridos y la logística es asumida directamente por ellos, los pedidos deben tener un tiempo prudente de anterioridad para poder cumplir con las cantidades solicitadas.



Ilustración 12 Logo Proveedor 2

8.3.1 Criterios Evaluación de Proveedores

Como se había mencionado se cuentan con dos proveedores que manejan la misma calidad y características del producto a ofertar por lo que la decisión final depende del precio por cantidad y el tiempo de entrega que tenga cada uno.

Tabla 11 Evaluación de Proveedores

Concepto	Proveedor 1	Proveedor 2
Precio por unidad Adulto	\$5.800	\$5730
Precio por Unidad Niño	\$4.000	\$3.800
Empaque unitario	150	160
Financiación	15 días	8 días
Disponibilidad	8 días	15 días
Descuentos	Por cada 150 cepillos 3%	NA
Variedad	NA	NA
Calidad	100% Bambú	100% Bambú

Teniendo en cuenta la evaluación de proveedores se puede determinar que a pesar de que el proveedor N° 2 tenga un precio inferior su financiación y disponibilidad no son tan

atractivas, por lo que el proveedor N° 1 es el correcto para poder emprender el proyecto de la empresa Eco Dent SAS, adicionalmente este proveedor cumple con los estándares y en Colombia ya cumple con la normatividad.

8.4 Estrategias de Marketing

En este caso para las estrategias de Marketing se va a trabajar con Producto, Precio, Plaza o Distribución y Promoción o comunicación.

8.4.1 Estrategia de producto

El producto principal para comercializar es un cepillo ecológico con mango a base de Bambú de color beige y con cerdas de diferentes colores elaboradas en Nylon suave para no maltratar las encías. La marca del producto es “Eco Brush” y su presentación será en caja reciclable con tamaño de 15 centímetros de largo por 4 centímetros de ancho contramarcada con el nombre de la compañía y su slogan. Es importante mencionar que la durabilidad de cada cepillo es de aproximadamente cinco meses, sin embargo, por cuestiones de salud y recomendación de los profesionales estos también deben ser cambiados cada tres meses para evitar el acumule de bacterias y provocar afecciones.



Ilustración 13 Muestra Cepillo Eco Brush

Eco Brushy tiene presentación para adultos y niños con el fin de que sea usado por toda la familia e incentivar a los más pequeños a cuidar el planeta tierra, teniendo en cuenta que el degradado de este producto es de 180 días aproximadamente.

8.4.2 Estrategia de precios

Para poder determinar el precio de venta al público es importante

$$PV = \frac{\text{Costo Ventas}}{(1 - \% \text{ margen})}$$

Ilustración 14 formula Precio de Venta Fuente creación propia

$$PV = \frac{5800}{(1-50\%)} = 11.600$$

$$PV = \frac{4000}{(1-50\%)} = 8.000$$

8.4.3 Estrategia de Plaza o distribución

La comercialización de los cepillos se va a dar a través del gremio odontológico teniendo en cuenta que son los especializados en la salud bucal y tienen la potestad de recomendar el producto, sin embargo, es importante tenerlo en puntos de venta y depósitos dentales para que sea más fácil la adquisición por parte del cliente.

Para lo anterior el proceso de abastecimiento y distribución se realizará de la siguiente manera: Principalmente el proveedor se encarga de entregar las cajas de cepillos en la bodega de almacenamiento de Eco Dent SAS para que posteriormente sean verificadas y se dispongan para la venta; una vez el cliente realiza el pedido se envía por medio de mensajería debidamente sellado cumpliendo con la normatividad y salubridad.



Ilustración 15 Estrategia de distribución

Según la ilustración la cadena de abastecimiento se daría principalmente cuando el fabricante pone el producto donde el mayorista en este caso Eco Dent SAS, luego la compañía se encarga de distribuirlo a los minoristas para que estos a su vez lo dispongan al cliente final que es quien realmente usa los cepillos.

8.4.4 Estrategia de Comunicación

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de la compañía es contribuir con el medio ambiente se tiene claro que la papelería no será usada como medio difusor del producto, además en la actualidad el Marketing digital es muy importante por lo que la estrategia de mercadeo será por redes sociales y a través de los medios más usados.

Tabla 12 Actividades de Marketing

Componentes	Elementos	Presupuesto
Papelería	NA	\$0
Publicidad	-Mailing con recopilación de clientes -Publicidad en la WEB	\$500.000
WEB PAGE	-Diseño de Mailing -Hosting y Domicilios -Diseño de Web	\$800.000
Relaciones Publicas	1 promotor	\$1.000.000
Redes Sociales	Administrador de Redes, Telemarketing, Call y SAC.	\$1.000.000

Fuente Creación propia

8.5 Gestión del Talento Humano

El talento humano para una organización es lo más importante ya que de este depende sus ventas y su futuro, dentro de este punto el servicio al cliente es fundamental para generar experiencias positivas y así atraer nuevos negocios.

8.5.1 Estructura organizacional



Ilustración 16 Organigrama

Inicialmente al ser una organización recién constituida la necesidad de personal es mínima por lo que la idea es tener un Gerente General encargado de vigilar todos los procesos, a su vez este tendrá un analista Administrativo que lo apoyará ya que también debe tomar decisiones de carácter comercial por lo que el analista deberá tener conocimiento de todas las áreas para estar al tanto cuando el Gerente tenga que ausentarse. El área comercial estaría compuesta por tres personas que son un Analista de telemarketing y dos asesores comerciales cada uno en segmentos distintos uno por el lado de los odontólogos y otro por el lado de los depósitos dentales con el fin de cubrir el mercado objetivo.

8.5.2 Necesidad de Personal

Tabla 13 Necesidad de Personal

Área	Cargo	Cantidad	Contrato	Remuneración
Administrativa	Analista Administrativo	1	Fijo	\$800.000
Comercial	Analista de Mercadeo	1	Fijo	\$800.000
Ccomercial	Asesor Comercial	1	Fijo	\$1.000.000 + Variable

Fuente: Creación Propia

8.5.3 Principales Funciones

Tabla 14 Funciones de los cargos

Área	Cargo	Funciones
Administrativa	Analista Administrativo	Encargada de los procesos Administrativos y contables a nivel general; pago de nómina, seguridad social y relación con proveedores.
Comercial	Analista de Mercadeo	Encargado de atender página web y el área de telemarketing, apoyo a los asesores en pedidos y órdenes de compra.
Comercial	Asesor Comercial	Encargados de ofrecer el producto y cumplir con la proyección requerida.

Fuente: Creación Propia

8.6 Gestión Legal

Teniendo en cuenta que la organización va a ser una Pyme de categoría SAS por la cantidad de socios (1) y por la facilidad que esta tiene en el proceso legal, se deben seguir los siguientes pasos.

- Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra.
- Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios.
- Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.
- Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
- Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
- Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
- Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

- Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.
- Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.
- Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

7.7. Gestión financiera

7.7.1. Inversion Total

Tabla 15 Inversión Total

Inversiones	Financiación		
	Propia	Terceros	Total
Activos Fijos			
Inmuebles			0
Construcciones			0
Refacciones			0
Maquinarias			0
Instalaciones			0
Muebles	1.000.000		1.000.000
Equipos Informáticos	2.500.000		2.500.000
Rodados	500.000		500.000
Herramientas o Utensilios			0
Otros			0
Inversiones Pre operativas			
Elaboración del proyecto			0
Constitución legal	3.000.000		3.000.000
Gastos de formalización			0
Licencia y permisos			0
Registro de marca			0
Investigación de mercado			0
Capacitación de personal			0

Campaña de Marketing Inicial	2.300.000	2.300.000
Capital de Trabajo		
Stock inicial	3.000.000	3.000.000
Caja mínima	2.000.000	2.000.000
Inversión Total Gs.	14.300.000	14.300.000

Fuente: Creación Propia

7.7.2. Depreciación

Tabla 16 Depreciación

Activos Fijos	Depreciación		
	Valores	Vida útil años	Depreciación Anual
Construcciones	130.000.000	45	2.888.889
Maquinarias	0	0	0
Muebles	1.000.000	10	100.000
Equipos Informáticos	2.500.000	5	500.000
Rodados	0	0	0
Herramientas o Utensilios	0	0	0
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL			3.488.889
TOTAL DEPRECIACIÓN MENSUAL			290.741

Fuente: Creación Propia

7.7.3. Ventas estimadas

Tabla 17 Ventas estimadas

PRESUPUESTO DE VENTA	TOTAL	
	MENSUAL	ANUAL
CEPILLO ADULTO		
Unidades vendidas	550	6.600

Precio por unidad	11.600	11.600
Total	6.380.000	76.560.000
CEPILLO NIÑO		
Unidades vendidas	300	3.600
Precio por unidad	8.000	8.000
Total	2.400.000	28.800.000
TOTAL	8.780.000	105.360.000

Fuente: Creación Propia

7.7.4. Ventas estimadas

Tabla 18 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	TOTAL	
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	8.780.000	105.360.000
COSTO DE VENTAS	4.390.000	52.680.000
UTILIDAD BRUTA	4.390.000	52.680.000
EGRESOS		
COSTOS VARIABLES	104.000	1.248.000
COSTOS FIJOS	3.000.000	36.000.000
UTILIDAD EN OPERACIÓN	1.286.000	15.432.000
IMPUESTOS	439.000	5.268.000
UTILIDAD NETA	847.000	10.164.000

8. Conclusiones

Un tema muy importante para la humanidad es la contaminación ambiental ya que afecta directamente el ecosistema y nuestro planeta tierra, los plásticos aportan gran parte a esta contaminación es por ello que los seres humanos deben tomar conciencia y evaluar los hábitos de uso de este elemento. Teniendo en cuenta lo anterior se determina que los cepillos dentales tradicionales son hechos de material plástico tardando en degradarse hasta 75 años lo

que causa un fuerte impacto al planeta tierra, por lo que el plan de negocio tiene como objetivo principal elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos dentales biodegradables en la ciudad de Bogotá.

El principal objetivo específico corresponde a identificar la necesidad del mercado en Bogotá por lo que se logra determinar que la ciudad al ser la capital de Colombia cuenta con una población de más de 8 millones de habitantes provenientes de todos los sitios del país, permitiendo que se tenga un excelente público foco; por otro lado según fuentes Dane en Bogotá se concentra el 35% de los especialistas en odontología del país, por lo que se logra concluir que el sector escogido presenta gran crecimiento y posicionamiento lo que permite un buen desarrollo comercial de la organización.

Para el desarrollo de la compañía es necesario establecer como será el proceso operativo por lo que se tiene en cuenta que la idea es distribuir un cepillo dental a base de bambú y para realizarlo se evalúan a dos proveedores con el fin de lograr ser aliado del que mejores condiciones de precio y calidad ofrezcan, tras realizar la respectiva valoración de proveedores se determina que el margen de ganancia debe ser del 50% para sostener la compañía y así generar utilidades y recuperación de la inversión inicial que es de \$14.300.000.

El cepillo dental que se comercializara es de marca Eco Brushy, con presentación para adultos y niños con un costo de \$11.600 y \$8.000 respectivamente, el mercado foco principal es la ciudad de Bogotá teniendo en cuenta que es donde se concentra la mayor parte del sector odontológico quienes son los aliados principales para la recomendación y uso del cepillo dental.

Durante el primer año la inversionista no obtendrá utilidades sin embargo se considera que con las estrategias agresivas de marketing hacia el segundo año las ventas tengan un aumento y de la misma forma los ingresos percibidos; por lo que la inversión sería recuperada totalmente, sin embargo es importante tener en cuenta que el recurso humano diseñado para promover las ventas inicialmente se da con dos asesores y un mercadólogo que generará estrategias digitales teniendo en cuenta que no se tendrá publicidad por medios físicos como papelería o pendones de plástico para contribuir a la preservación del medio ambiente.

Según los estudios de producto realizados frente a la competencia se tiene un porcentaje alto de generar mayores ingresos teniendo en cuenta que la competencia tiene precios bastante elevados, además cuenta con poca visibilidad del producto y sus estrategias no son las más llamativas; por lo que la ventaja competitiva de Eco Brushy no solo se diferencia en precio si no en calidad y accesibilidad a los hogares.

Concluyendo el presente proyecto se evidencia que es rentable y que con la constancia y reinversión se puede hacia el 2023 ampliar el portafolio incluyendo otros productos de la misma gama y cumpliendo la función principal “Ser eco amigables”

10. Recomendaciones

Se debe evaluar la proyección de ventas y el comportamiento del mercado ya que de esto depende el crecimiento de la organización.

Es importante entender que a medida que el mercado crece se debe tener al personal calificado y capacitado para desarrollar las respectivas funciones.

11. Referencias Bibliográficas

[De la morena R. El ser humano ha generado 8.300 millones de toneladas de plástico]

Recuperado de: <https://www.muyinteresante.es/naturaleza/articulo/el-ser-humano-ha-generado-8-300-millones-de-toneladas-de-plastico-361500536592>

[Rios A. (2017, Julio 12) ¿Cómo consumen los colombianos productos de cuidado dental?]

Recuperado de: <https://revistapym.com.co/consumen-los-hogares-colombianos-productos-cuidado-dental>

[Borunda A. (2019, junio 24) ¿Cómo tu cepillo de dientes se convirtió en parte de la crisis del

plástico?] Recuperado de: <https://www.nationalgeographicla.com/planeta-o-plastico/2019/06/como-tu-cepillo-de-dientes-se-convirtio-en-parte-de-la-crisis-del>

[Escorcía, M. (2018, Mayo 17). Cómodo y altamente contaminante. Compromiso

Empresarial Revista de Innovación. Recuperado de:

<https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2018/05/comodo-y-altamente-contaminante/>

[Revista Infobae. (2019, mayo 09). Contaminación química del plástico una amenaza

silenciosa. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/medio-ambiente/2019/05/09/la-contaminacion-quimica-del-plastico-una-amenaza-silenciosa/>

[Mehler, M. (2019, Julio 31) Revista Dental Tribune, el cepillo de dientes de plástico y la contaminación del planeta] Recuperado de: <https://la.dental-tribune.com/news/el-cepillo-de-dientes-de-plastico-y-la-contaminacion-del-planeta/>

[Boveda, J. (2019). Servicio de desarrollo empresarial] Recuperado de: https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf

[Porto J. (2009). Definición plan de negocios] Recuperado de: <https://definicion.de/plan-de-negocios/>

[Piensa Profundo. (2017, octubre 13)] Recuperado de: <https://www.piensaprofuturo.com/articulo/12-productos-ecoamigables-innovadores-que-tenes-que-conocer-315>

[Vasquez, C. (2012). Gestipolis. Productos amigables con el medio ambiente, solución para el cambio climático]. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/productos-amigables-medio-ambiente-solucion-cambio-climatico/>

[Ilustración 1] Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/319919188/figure/fig1/AS:540497013899264@150>

[5875938341/Figura-1-Ubicacion-del-sitio-de-estudio-en-la-ciudad-de-Bogota-Colombia-](#)

[Fuente-Mapa.png](#)

[Ilustración 2] Recuperado de:

<https://www.researchgate.net/publication/262515870/figure/fig1/AS:669023293423622@153>

[6518991524/Figura-3-Mapa-de-Bogota-de-localidades-por-estratos-socio-economicos-](#)

[Localidades.png](#)

[Ilustración 3] Recuperado de: [http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/b2b827a6-](http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/b2b827a6-4f0d-4c30-8076-733e9c3f8072/Un+complejo+escenario+laboral+para+la+odontologia+en+Colombia+-+Jairo+Hern%C3%A1n+Ternara+Pulido+.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBIIoAT)

[4f0d-4c30-8076-](#)

[733e9c3f8072/Un+complejo+escenario+laboral+para+la+odontologia+en+Colombia+-](#)

[+Jairo+Hern%C3%A1n+Ternara+Pulido+.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBIIoAT](#)

[Ilustración 4] Recuperado de: [http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/b2b827a6-](http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/b2b827a6-4f0d-4c30-8076-733e9c3f8072/Un+complejo+escenario+laboral+para+la+odontologia+en+Colombia+-+Jairo+Hern%C3%A1n+Ternara+Pulido+.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBIIoAT)

[4f0d-4c30-8076-](#)

[733e9c3f8072/Un+complejo+escenario+laboral+para+la+odontologia+en+Colombia+-](#)

[+Jairo+Hern%C3%A1n+Ternara+Pulido+.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBIIoAT](#)

[Ilustración 5] Recuperado de: [http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/b2b827a6-](http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/b2b827a6-4f0d-4c30-8076-733e9c3f8072/Un+complejo+escenario+laboral+para+la+odontologia+en+Colombia+-+Jairo+Hern%C3%A1n+Ternara+Pulido+.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBIIoAT)

[4f0d-4c30-8076-](#)

733e9c3f8072/Un+complejo+escenario+laboral+para+la+odontologia+en+Colombia+-+Jairo+Hern%C3%A1n+Ternara+Pulido+.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBIIoAT

[Ilustración 6] Recuperado de:

<https://mercadotecniaablog.files.wordpress.com/2016/12/segmentacion-de-mercados-y-posicionamiento-4-728.jpg?w=736>

[Salinas L. (2018) Colgate y Oral B venden 6 de cada 10 productos de cuidado dental. Diario la Republica. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/empresas/colgate-y-oral-b-venden-seis-de-cada-10-productos-de-cuidado-dental-2588838>

[Ilustración 7] Recuperado de:

https://imgcdn.larepublica.co/i/1200/2018/01/15182622/Empresas_CuidadoORal_pag071.jpg

[Ilustración 8] Recuperada de: <https://www.colgate.com/content/dam/cp-sites/oral-care/oral-care-center/global/general/products/sub-brands-latam/bamboo/cepillo-colgate-bamboo-pack-toothbrush.jpg.rendition.300.300.jpg>

[Ilustración 9] Recuperado de:

<https://www.dhresource.com/0x0/f2/albu/g6/M01/10/68/rBVaSFvikJaAXWJbAAGLoiDehA0791.jpg>

[Ilustración 10] Recuperado de: <https://ambientalstore.com/>

[Ilustración 11] Recuperado de: https://i.mkt.lu/mk_generales/logo_qn_1.webp

[Ilustración 13] Recuperada de:

<https://www.dhresource.com/f2/albu/g10/M00/A3/04/rBVaVl0CCuyAXFxMAAyoC4EmaDA874.jpg>

[Ilustración 15] Recuperado de:

https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf

Revista Portafolio. (2017). Colombia. Los colombianos gastaron 125.000 millones de pesos en higiene bucal. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/colombianos-gastaron-57-000-millones-en-cepillos-de-dientes-507617>

Sanchez M. Unicoc. (2018). Estudio sobre el potencial del sector odontológico colombiano en la exportación de servicios de salud. Recuperado de:

https://www.unicoc.edu.co/Cargas/Archivos/2019/5/2019-5-24_19298.pdf

Ternera J. (2016). Un complejo escenario laboral para la odontología en Colombia.

Recuperado de: <http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/b2b827a6-4f0d-4c30-8076-733e9c3f8072/Un+complejo+escenario+laboral+para+la+odontologia+en+Colombia+-+Jairo+Hern%C3%A1n+Ternera+Pulido+.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mBIIoAT>

(2018). CRES. Diez pasos para formar empresa en Colombia. Recuperado de:

<http://corpocres.edu.co/informate/2018/01/29/10-pasos-formar-empresa-colombia/>