NATURALIA CREMAS NATURALES

MENDEZ SARMIENTO YINETH TATIANA

NOSSA PRECIADO CRISTIAN ALEJANDRO

SIERRA SÁNCHEZ DIANA MARCELA

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Bogotá D.C.

Creación de empresa 2 - modelos de innovación 50101 primer bloque segundo periodo académico 2020

COMPROMISOS DEL AUTOR (ES)

Nosotros, Cristian Alejandro Nossa Preciado identificado con C.C 1.233.694.031 estudiante del programa Contaduría Pública, Diana Marcela Sierra Sánchez identificado con C.C 1.019.073.908 estudiante del programa Comunicación social y periodismo y, Yineth Tatiana Mendez Sarmiento identificado con C.C 1.069.765.736 estudiante del programa Contaduría Pública declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

AGRADECIEMIENTOS

Gracias a Dios por permitirnos con culminar con éxito un semestre más y lleno de bendiciones, teniendo en cuenta la situación actual por emergencia sanitaria; pues el hecho de que cada miembro del equipo siga junto y lo mismo sus familias; gracias a los docentes por el apoyo brindado en cada una de sus tutorías por esa gran labor como docentes.

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a Dios por permitirnos culminar de manera grata este proyecto y semestre juntos, por tenernos llenos de salud a cada uno de nosotros; y a cada miembro de nuestra familia y personas que nos han apoyado durante este maravilloso proceso de aprendizaje, que nos permite forjarnos como mejores personas y profesionales.

¡Bendiciones!

Tabla de contenido

Capítulo 1 Introducción e información general 1

Introducción 1

Nombre y logo de la idea de negocio 1

Objetivos 2

- Generales 2
- Específicos 2

Claves para el éxito 2

Capítulo 2 Desarrollo del proyecto – Innovación 4

1. Descripción del producto 4

- ¿Cuál es el producto o servicio? 4
- ¿Quién es el cliente potencial? 4
- ¿Cuál es la necesidad? 4
- ¿Cómo? 5
- ¿Por qué lo preferirán? 6

Foto de la idea de negocio 6

2. Modelo de Negocio 7

- Segmento - ¿Quiénes son nuestros clientes? 7
- ¿Cuál es la propuesta de valor? 7
- Costo y precio 8
- 8
- Mecanismos de entrega 8
- Ganancias esperadas - Ingresos y fuentes de financiación 8

- Fidelidad 9
- Recursos 9
- Cadena – Alianzas estratégicas 9

3. Modelo de negocio por internet 10
- ¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido? 10
- ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido? 10
- ¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo? 10

4. Innovación sostenible 11
5. Estrategias de océano azul 13
6. Análisis Fuerzas de Porter 13
- Poder de negociación de los clientes 13
- Poder de negociación de los proveedores 14
- Amenaza de nuevos competidores 14
- Amenaza de productos sustitutos 15
- Rivalidad entre los competidores 15

Capítulo 3 – Estrategias y públicidad 16

Plan de negocios 16

1. Presentación de las estrategias del Marketing Mix 16
- Estrategias de producto para clientes 16
- Portafolio 17
- Estrategia de precios: 17

- Estrategias de distribución: 18
- Estrategias de publicidad: 18

2. Desarrollo de marca 19
- Matriz de desarrollo de marca 19
- Logo: 20

3. Marketing digital y estrategias de marketing digital 21
- Landing page: 21
- Página de Instagram: 22
- Fan page de Facebook: 22

4. Métricas clave: 23

Capítulo 4 25

1. Localización del proyecto: 25

1.1. Plano instalaciones: 26

2. Ficha técnica 27

3. Lanzamiento producto mínimo viable 29

4. Ingeniería del proyecto 31

4.1. Capacidad de producción 31

Conclusión 33

Bibliografía 34

Lista de tablas

Tabla 1: Innovación sostenible……. 9

Tabla 2: Estrategias del océano azul……. 10

Tabla 3: Portafolio de productos ……. 17

Tabla 4: Marketing mix……. 19

Tabla 5: Matriz desarrollo de marca……19-20

Tabla 6: Métricas clave ……..……. 24

Tabla 7: Requerimiento de inversión……..….25-26

Tabla 8: Ficha técnica ……..…….27-29

Tabla 2: Capacidad de producción ……. 31-32

Lista de figuras

Imagen 1: Logo ……...……. 1

Imagen 2: Cabello lacio ……...……. 4

Imagen 3: Cabello Ondulado ……...…….. 4

Imagen 4: Presentación de envases …….……... 6

Imagen 5: Presentación idea de negocio ……. 6

Imagen 6: Tamaño de envase con medida ……. 16

Imagen 7: Diseño del envase ……. 17

Imagen 8: Natura Lumina ……..……. 18

Imagen 9: Logo y slogan naturalia ……..……..……. 20

Imagen 10: Landing page- equipo pc o laptop ……. 21

Imagen 11: Landing page- equipo móvil ……. 21

Imagen 12: Pagina Instagram ……. 22

Imagen 13: Pagina fan page Facebook ….……. 22

Imagen 14: Pagina fan page Facebook – estadísticas ……. 23

Imagen 15: Plano ……..……. 26

Imagen 16: Story board ….……..……. 30

Imagen 17: Flujograma ……...……..……. 31

Capítulo 1
Introducción e información general

Introducción

El tema del cuidado personal es algo que se abarca ampliamente tanto en hombres como mujeres, en pleno siglo XXI los tratamientos de belleza y estética ya no son solo para las mujeres; pues cada día surgen nuevos procedimientos para mejorar la apariencia y sentirse mejor consigo mismo. Una de las partes del cuerpo que más obtiene un cuidado en la apariencia y por salud es el cabello, pues este elemento ayuda mucho como carta de presentación personal.

Una de la variables en productos para el cuidado del cabello son las mascarillas o cremas y que mejor para el cuerpo que los artículos utilizados estén hechos a base de productos naturales, preparar una mascarilla demanda un poco de tiempo es por esa razón que surge la idea de crear NATURALIA, una empresa dedicada a la producción de cremas para el cabello 100% con productos naturales, tal cual como sería una mascarilla hecha en casa; en el transcurso del siguiente proyecto se explicara mas a fondo la idea de negocio y su valor agregado en el mercado.

Nombre y logo de la idea de negocio

Naturalia S.A. Cremas Naturales

NATURALIA

Cremas Naturales

Imagen 1 Logo, fuente: Creación propia

Objetivos

Usa los subtítulos consistentemente. Revisando constantemente el espaciado, mayúsculas y puntuación.

- Generales. Establecernos como una marca reconocida en el área de la belleza por nuestros productos de excelente calidad basados en ingredientes naturales y por tener como característica la eco-innovación para resaltar entre la competencia y poder cubrir gran parte del mercado.
- Específicos
  - Tener puntos de distribución en distintos sectores a nivel local con gran posicionamiento en el mercado.
  - Ampliar nuestro portafolio de productos para cubrir más terreno en el área de la belleza siempre basándonos en ingredientes naturales.

Claves para el éxito

Empezar y ejecutar un proyecto desde cero no es fácil, pues se necesita de organización, dedicación y tiempo, pues para llegar al éxito de este es necesario formularlo por etapas de manera que sea más fácil evaluar el avance que se tenga, así como los posibles errores y la manera en que se pueda solucionar. Como equipo hemos encontrado 8 claves para el éxito del proyecto las cuales durante el progreso del proyecto se irán implementando para conseguir el resultado deseado.

Las claves son:

1. Analizar por donde empezar: documentarse, definir y establecer límites del proyecto, así como el ser realista y tener de lado un buen equipo de trabajo es esencial.

2. Repartir las tareas: Hace parte de la organización, pues es importante que cada miembro tenga definido cual será su rol y sus funciones dentro del proyecto.
3. Planificar: Dividir el proyecto en fases con el cumplimiento de objetivos pequeños
4. Claridad con los objetivos: Definir la dirección y hasta donde se desea llegar.
5. Comunicación: Ser claro y directo, manejando un nivel de confianza y comunicación optimo puede contribuir al buen avance del proyecto, gracias a las relaciones interpersonales del equipo de trabajo.
6. Revisión al final de cada etapa: Es esencial ya que la verificación de lo realizado evita futuros retrasos y en caso necesario de realizar las correcciones pertinentes se efectuarán en su momento.
7. Actitud: Siendo líder o colaborador del proyecto es importante el manejo de la inteligencia emocional de manera que se manejen las emociones correctamente en pro de la ejecución del proyecto.
8. Creer: Como clave más importante está creer en lo que se está colocando en marcha y ejecutando, de no ser así es algo que ha fracasado sin haber iniciado.

Capítulo 2
Desarrollo del proyecto – Innovación

1. Descripción del producto

- ¿Cuál es el producto o servicio?

El producto a ofrecer son cremas o mascarillas para el cuidado del cabello a base de productos naturales; para las mujeres en especial el cuidado del cabello es esencial de manera que generalmente se opta por los productos naturales para los tratamientos de belleza.

- ¿Quién es el cliente potencial?

Para la primera línea de productos lanzados por NATURALIA el cliente potencial son hombre y mujeres con cabello (sin importar si es seco o graso) lacio (imagen 2) u ondulado (imagen 3); la edad del cliente oscilará entre los 16 y los 45 años.

Imagen 2 Cabello lacio, fuente: Propia

Imagen 3 Cabello ondulado, fuente: Propia

- ¿Cuál es la necesidad?

Para el cuidado del cabello en un gran porcentaje las mujeres optan por realizar una mascarilla a base de productos 100% naturales, es decir mascarillas caseras, por lo que generalmente suelen utilizar productos como: huevo, mayonesa, aloe vera, fresas, leche, miel, vinagre, aguacate, yogurt natural, entre otros.

El preparar estas mascarillas demanda tiempo por lo que de ahí surge la idea para NATURALIA la cual es ofrecer en eco-envases esas mascarillas caseras ya preparadas, de manera que el cliente se ahorre ese tiempo y solo deba aplicar el producto sobre el cabello.

- ¿Cómo?

La ubicación geográfica es un elemento muy importante por lo cual hemos seleccionado para el local comercial un punto ubicado en la ciudad de Bogotá, en los alrededores de la calle 76 y la calle 72 entre la avenida caracas y la carrera 12, pues desde este punto aparte de realizar ventas al detal, se realizará el proceso logístico de los despachos para los domicilios dentro del área metropolitana de la sabana de Bogotá, como principales poblaciones están: Mosquera, Funza, Cota, Chía, Sopó, Tocancipá, La Calera, Soacha, y Bogotá D.C.

La distribución del producto se realizará en eco-envases acompañado de tarjetas personalizadas de parte de NATURALIA hacía nuestro cliente, y ¿a qué nos referimos con eco-envases? muy fácil, el producto vendrá en envases de vidrío, los cuales podrán ser nuevamente utilizados; el proceso funcionará de la siguiente manera: el cliente comprará inicialmente el producto en el tamaño que mejor lo desee (imagen 4), una vez haya finalizado el producto y adquiera nuevamente se le realizará el descuento del 10% en su próxima compra por la entrega del envase anterior.

Imagen 4 Tamaños de envases, fuente: Envasar S.A.S.

- ¿Por qué lo preferirán?

La calidad del producto que se está ofreciendo brinda confiablidad al cliente, gracias a los productos utilizados este no maltratará el cabello, además en el caso de los clientes que soliciten el producto a domicilio la entrega será rápida pues según la logística manejada sí adquieren el producto dentro de Bogotá antes de las 12:00pm el producto se entregará el mismo día, y si la compra fue realizada en horas de la tarde este llegará en un periodo máximo de 24 horas es decir al día siguiente; para los demás municipios el pedido estará en manos de nuestro cliente en un periodo de 48 a 72 horas como tiempo máximo. Otra razón por la que nos preferirán será por el descuento realizado en la compra de los siguientes productos con la devolución por parte del cliente a NATURALIA.

Foto de la idea de negocio

Imagen 5 presentación idea de negocio, fuente: Creación propia

2. Modelo de Negocio

- Segmento - ¿Quiénes son nuestros clientes?

El cliente objetivo son hombres y mujeres con la preocupación del cuidado y estética del cabello sin importar si es seco o graso, lacio u ondulado; la edad del cliente oscilará entre los 16 y los 45 años. Por segmentación geográfica estarán ubicados en Mosquera, Funza, Cota, Chía, Sopó, Tocancipá, La Calera, Soacha, y Bogotá D.C. donde se ubica la sede principal y sede de logística y despacho de envíos del producto.

- ¿Cuál es la propuesta de valor?

El ofrecer un producto de calidad pues la preocupación por la satisfacción de nuestros clientes es importante, para que no estos utilicen cualquier artículo en su cabello que prometa beneficios ya que la salud de este es importante.

Nuestra innovación se basa en que todos nuestros productos están hechos con ingredientes naturales, siendo mascarillas caseras para el cabello; además cada uno se encontrará estudiados y verificados para conocer qué efectos y beneficiosos pueden presentar según el tipo de cabello de cada cliente.

Arquitectura del servicio - ¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?

Todos los recursos que se usarán para los productos serán ingredientes o materias primas naturales tales como:

- avena
- aceite de coco
- aguacate
- huevo
- miel
- Cebolla
- Fresas
- Mayonesa
- Limón
- Entre otros

Se necesitarán mezcladores, envases, empaques, etiquetas y conservantes para q esté disponible para el uso, de manera que la distribución se realizará en eco-envases, recipiente que al entregar el perfecto estado nuevamente a NATURALIA se le realizará un descuento del 10%, adicionalmente a ello en la cuello de la botella del producto irán tarjetas personalizadas el cual le hará saber al cliente lo importante que es para la empresa.

- Costo y precio

Con una beneficio de manejar una eco-innovación ya que nuestros envases serán en vidrio, y si nuestros clientes hacen retorno de este en se hará un descuento del 10% del precio total del producto en la próxima compra.

Realizando un análisis general de los costos podemos deducir lo siguiente, costo por producto:

Producción y envase:	$16.000
Empaque:	$ 2.500
Total, costo:	$18.500
Precio al cliente (+20%)	$22.200

- Mecanismos de entrega

Con la idea de mantener baja la huella de carbono nuestros mecanismos de entrega son mediante transporte en bicicleta. Como empresa se debe tener en cuenta la mano de obra de los empleados, incluyendo las entregas a domicilio por lo cual un precio definitivo que se dará al cliente teniendo el cuadro del rubro anterior, será de $25.000.

- Ganancias esperadas - Ingresos y fuentes de financiación

Lo que se busca como entidad, es lograr una ganancia del 20% por los productos que generaremos. Para poner en marcha dicho proyecto y buscando las mejores alternativas de economía, dado a que no contamos con el capital suficiente para cubrir los gastos y costos que

implican la creación de una empresa; la menor parte que es un 20% lo obtenemos por capital de los socios de la empresa y el otro 80% se financiará por medio de una entidad bancaria.

- Fidelidad

Dejamos que nuestra calidad y productos hablen por nosotros, cuando nuestros clientes objetivos vean el potencial y fiabilidad que pueden tener con nosotros además de nuestro valor agregado, podremos atraer a más personas a usar nuestra marca en su cotidianidad para cuidado del cabello y belleza.

- Recursos

Como se mencionó en uno de los rubros anteriores el 20% del aporte inicial para la creación será por parte de los socios y el otro 80% será con alguna entidad bancaria, de manera que a medida que la empresa crezca se pueda buscar o recurrir a nuevos inversionistas.

De manera que para ser sostenible y continuar con el proyecto en marcha contaremos con un aproximado de 6 a 8 empleados que estarán distribuidos en distintas áreas como: ventas, logística y despacho, producción y empaque, mensajería; así mismo a medida que nuestros pedidos incrementen será necesario el aumentar el personal.

En cuanto a recursos de maquinaria no contamos con ello, dado a que nuestra producción no requiere maquinaria pesada para su generación.

Por otro lado, el área de tecnología y marketing, nuestra publicidad se dará mediante redes sociales como lo son Facebook e Instagram, y el uso de una landing page.

- Cadena – Alianzas estratégicas

Generamos alianzas con productores de nuestras materias primas con los cuales podamos obtener precios beneficiosos para nuestra entidad, para reducir los costos de producción de nuestros productos.

Llegaremos a un punto donde las redes sociales no cumplirán todas las necesidades que puede llegar a requerir la empresa en cuanto a necesidad, y tendremos que generar alianza con personas que nos ayuden a repartir publicidad para dar a conocer nuestros productos.

3. Modelo de negocio por internet

Como modelo de venta por internet según los productos que NATURALIA ofrecerá se ha escogido Venta de productos es decir Tienda Online o E-Commerce, siendo el manejo de comercio electrónico donde vía internet ofreceremos los productos.

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

Las plataformas virtuales son herramientas esenciales para el crecimiento de las empresas, motivo por el cual, apoyándonos de las redes sociales como Facebook o Instagram, o una landing page se brindara información básica y relevante, de manera que el efectuar la compra se realice solo por vía WhatsApp.

- ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Como alternativas al cliente, según un estudio personalizado del cliente ofreceremos:

- Paquete 1: Hidratación y brillo
- Paquete 2: Reparación
    - ¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Una vez el cliente haya decidido que línea de productos desea obtener la venta se efectuara vía WhatsApp o por la landing page, podrá escoger la alternativa de pago que se le facilite: PSE, tarjeta debito o crédito, o pago en efectivo contra entrega.

4. Innovación sostenible

Nuestro modelo de eco-diseño se enfocará en:

- Nuestras materias primas serán 100% naturales.
- Los envases de almacenamiento y distribución serán en material reciclable (vidrio), para incentivar al comprador a utilizar menos plástico y generar conciencia de reciclaje.
- Su presentación al cliente final vendrá en una caja de cartón, presentación con mensaje de como desechar la caja para reciclar.
- El método de distribución de producto también estará enfocado en la responsabilidad social, manejando una nueva alternativa de mensajería creada pensando en ayudar al medio ambiente, nuestros productos serán distribuidos solamente en bicicleta. Apoyando las nuevas formas de envíos.
- Al trabajar con productos naturales los residuos producidos serán más fáciles de eliminar sin dejar contaminantes.

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
¿El producto tiene un eco-diseño?	La cantidad de agua que se utiliza en el proceso de producción al momento de fabricar los productos es la mínima. El agua de lluvia se utilizara para el jardín.	Se reduce el consumo de energía utilizando la mano de obra humana para reducir las emisiones por maquinaria industrial	-Los insumos serán 100% naturales generando que no sea necesario la utilización de químicos en el proceso de fabricación -El proceso de embalaje será en recipientes de vidrio con tapa, en sus envases llevarán unos stickers con el logo y sus respectivas indicaciones de uso y salubridad.	No se ha medido la huella de carbono.	Nuestros envases al ser de un producto reciclable generaran menos residuos. En las oficinas utilizaremos papel de caña y se reciclara todo el papel posible.
¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?		¿Qué medios de transporte utiliza? El manejo de transporte será manejado con una empresa aliada de bici-mensajeros, generando responsabilidad social y siendo amigable con el medio ambiente.	-La empresa manejará marketing verde donde nuestra producción será adquirida a productores pequeños nacionales, nuestra estrategia de venta se manejará 100% por redes sociales acompaña de su página oficial.		

Tabla 1 Innovación sostenible, fuente: Creación propia

5. Estrategias de océano azul

	Calidad del producto	Tiempo de distribución	Presentación	Precio	Atención al cliente	Total
Naturalia **	4	4	5	5	5	23
Avon - Naturals	4	3	3	5	3	18
Natura	4	2	4	2	2	14
Maria Salomè	4	3	4	2	4	17

Estrategias	Manejar una calidad en el producto 100% natural. Brindando seguridad al cliente	Bogota: Entrega en un periodo máx. De 24 hrs // Fuera de Bogota: Entrega en un periodo inferior a 72 hrs, dependiendo el municipio	Presentación en eco-envases de vidrio, el cual al retornar a la empresa se realiza con descuento del 10% en la próxima compra	Descuento del 10% por devolución del envase, productos económicos teniendo él cuenta los diferentes tamaños y presentaciones	Excelente, se dará atención personalizada; además cada producto ira con tarjetas personalizadas

Tabla 2 estrategias de océano azul, fuente: Creación propia

6. Análisis Fuerzas de Porter

- Poder de negociación de los clientes

Se refiere a la capacidad del cliente o comprador para negociar el precio de un producto o servicio:

La entidad es consciente que no es la única en el mercado que se dedica a generar productos de belleza y salud para el cabello, pero también mantiene presente q las empresas mantienen mucho el uso de ingredientes artificiales para generar estos productos.

Teniendo presentes estos puntos la negociación con los clientes se basará en que valor estarían dispuestos a pagar por un producto natural, el cual les ayudara al cuidado de su cabello sin tener efectos secundarios.

Mantenemos presente q empresas líderes en el área de la belleza sacan productos de esta clase, entonces mantendremos productos razonables para ser competitivos y así ocupar gran mercado.

- Poder de negociación de los proveedores

La empresa generara alianzas estratégicas con distintos proveedores que cumplas con un régimen de salubridad y calidad óptimos para brindar las mejores materias primas para la generación de los productos de alta eficiencia y de esta manera q nuestros productos hablen por nosotros en cuanto a nuestro compromiso con la fabricación y con la eficiencia que prometemos de nuestros productos.

- Amenaza de nuevos competidores

- Inversión de capital: Mantener los pies en la tierra es algo q debe tenerse muy presente al momento de crear un negocio o un proyecto ya que se debe tener un capital fuerte para mantener la idea en circulación y funcionamiento, todo es un paso a seguir y hasta que no mantengamos clientes fijos o clientes potencia con la cual podamos sentirnos respaldados para seguir adelante y en funcionamiento más tiempo.
- Economías de escala: A mayor producción o cantidades de materias primas se reducen gastos y costos por lo que al inicio se puede hacer muy caro el mantener la producción de nuestra línea de productos dado a que al no tener producción masiva puede salir un poco mas cara la producción y será difícil mantener la economía inicial de la entidad.
- Desventaja en costos: Todo aquello que lleve a una empresa a reducir sus costos representa una ventaja sobre sus competidores. Quienes ingresan a competir a un mercado, tienen el reto de reducir sus costos para ser competitivos, y para esto se requiere tecnología, conocimiento y alianzas, por mencionar algunos aspectos. Para

nuestra empresa que recién está empezando es una desventaja temporal mientras logramos posicionamiento.

- Amenaza de productos sustitutos

Al generar un producto de cuidado para el cabello nos enfrentamos a que en el mercado hay muchas entidades y empresas grandes que generan este tipo de productos, tanto con solo materias primas o ingredientes artificiales, como unos que están híbridos entre ingredientes naturales y artificiales, estos pueden ser sustitutos para nuestros productos, pero tenemos ventajas respecto a nuestras materias primas 100% naturales con respecto a la competencia.

El precio estaría en el mercado suficientemente competente como para no tener ni valor por debajo de lo normal o lo básico así estamos al nivel de accesibilidad para el público.

- Rivalidad entre los competidores

Este va a ser uno de los factores q más va a pesar, puesto que un mercado saturado hará que no se mantengan las mismas ganancias y q el crecimiento sea más complicado.

Teniendo presente esto se estipularán distintas situaciones y o condiciones:

-Se generan reducciones de precio que pueden hacer que un nuevo competidor caiga por costos.

-Productos poco diferenciados.

-La demanda de productos y servicios está con tendencia a la baja.

-Altos costos fijos.

-Grandes empresas adquieren pequeños competidores.

-Los productos son perecederos.

-No hay fidelización del cliente hacia una marca.

Capítulo 3 – Estrategias y públicidad

Plan de negocios

1. Presentación de las estrategias del Marketing Mix

- Estrategias de producto para clientes

✓ **Núcleo:** Se utilizarán productos naturales el cual aportarán beneficios al cuidado capilar, así como vitaminas que mezclada junto con los demás ingredientes crearán un resultado excelente. Productos a usar como: Aguacate, leche, mayonesa, huevo, limón, miel, vitamina E, vitamina B12, vitamina B6, biotina, yogurt natural, aceite de coco, sábila, niacina, lecitina de soja, y la fragancia.

✓ **Calidad:** todos y cada uno de nuestros productos ya han sido valorados y elegidos de la mejor manera, para poder obtener un producto que cumpla con las funciones que prometemos, esto se hace a partir de un estudio de proveedores conociendo así cuales de estos nos pueden brindar productos de excelente calidad y de esta manera sostener materias primas de un mismo suministrador de dichos productos.

✓ **Envase y diseño:** Explicación a continuación:

1) Envase redondo de vidrio transparente de 6x12 cm aproximadamente un contenido de 370 cc, con tapa de media rosca metálica; el cual no permite que se derrame el producto.
2) Envase redondo de vidrio transparente de 6.5x13.5 cm aproximadamente un contenido de 500 cc, con tapa de media rosca metálica; el cual no permite que se derrame el producto.

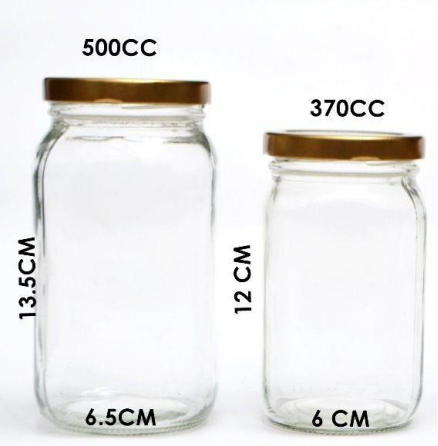


Imagen 6: Tamaño del envase y Medidas
Fuente: Pinterest

- ✓ **Diseño:** El diseño será una etiqueta que contenga logo e infomación de la empresa, así como lo referente al producto, dicha etiqueta será transparente la cual permitirá ver el contenido del producto. A continuación:

Imagen 7: Diseño del envase
Fuente: Creación propia

- Portafolio

Producto	Crema hidratante	Mascarilla cabello maltratado y seco	Mascarilla recuperación de nutrientes
Descripción cliente	Personas interesadas en el cuidado del cabello, desde temprana edad para mantenerlo fuerte y con brillo	Personas en busca de reparar su cabello maltratado debido a el uso de planchas, y tintes, así como exposición a humedad y estrés, generando caída, perdida de brillo.	Personas interesadas el cuidado y recuperación de los nutrientes del cabello para evitar caída, aparición excesiva de canas y la reaparición de un brillo natural.
Público objetivo	Consumidores entrando al mercado < 25 años	Consumidores entre 26-45 años	Consumidores entre 26-45 años

Tabla 3: Portafolio de productos
Fuente: Creación propia

- Estrategia de precios:

Costo unitario de producto	
Costo unitario de materiales:	$ 10.500
Costo unitario de mano de obra:	$ 5.500
Costo unitario de cif:	$ 2.500
Costo total unitario por producto:	$ 18.500
Precio al cliente (+20%) total: $22.200	

Esto teniendo en cuenta productos de competencia como los de Natura Cosméticos:

Imagen 8: Natura Lumina

Fuente: © 2020 Natura Cosméticos

- Estrategias de distribución:

Naturalia es un producto, con énfasis en el cuidado del medio ambiente; por lo cual utiliza como método de traslado de sus colaboradores en la mensajería la bicicleta (teniendo muy presente los elementos de seguridad y protección vial), eso para la ciudad de Bogotá , para los municipio aledaños y una vez se empiecen a realizar envíos a otras partes del país se deberá usar como aliado estratégico empresas de mensajería como: Envía, Servientrega o Inter rapidísimo; empresas con un historial en el mercado; así mismo dando cumplimiento como la meta de las fechas de entrega del producto a los clientes.

- Estrategias de publicidad:

El marketing digital es una herramienta esencial para el conocimiento del producto, creando una página en Facebook, Instagram y una landing page, así como un WhatsApp corporativo para gestionar logísticamente la venta de los productos.

PRODUCTO	PRECIO	DISTRIBUCION	PROMOCIÓN
Productos para el cuidado capilar, hechos a base de materias primas naturales en un 100%, presentado en envases de vidrio de 370 y 500 cc.	Se mantienen presentes los costos de producción y se tiene en cuenta el valor de productos de la competencia q tengan un funcionamiento similar, con esto en mente sacaremos el 20% de ganancia por cada uno de los productos vendidos.	Nuestros canales de distribución son con locales como franquicia y para distribución para pedidos se hará mediante domiciliarios movilizándose en bicicleta, q es nuestro sello haciendo q nuestra huella de carbono sea casi nula	Descuento del 10% por devolución del envase, productos económicos teniendo él cuenta los diferentes tamaños y presentaciones

Tabla 4: Marketing Mix

Fuente: Creación propia

2. Desarrollo de marca

- Matriz de desarrollo de marca

PASOS	OBJETIVO	RESULTADO
Diagnóstico de mercado:	Identificación del sector	Cosméticos y aseo personal
	Identificar marcas en competencia	Naturalia, avon-naturals, natura, maria salome
	Soluciones principales y alternativas	Basarnos únicamente en realizar productos hechos de productos naturales, para generar un cambio en el mercado de los cosméticos
	Tendencias del mercado	Productos capilares que mantienen el color del cabello o tinturas para este con bases naturales pero muchos químicos.
	Arquetipo de la marca	Productos 100% naturales
Realidad psicológica de la marca	Percepción de la marca de la competencia	Diferencias en creación de productos ya existentes, mejorándolos, produciéndolos con productos innovadores

	Identificar variables de neuromarketing	Siempre q un producto innovador q cambia en algo la manera de consumir algo de la cotidianidad no siempre es bien aceptado al inicio, simplemente dejaremos q nuestros productos hablen por nosotros
Posicionamiento	Identificar top of mind	Cambiar el mercado de productos capilares para mejorar y marcar una diferencia
	Identificar top of heart	Nuestra calidad, buen servicio y compromiso haría q nuestros clientes se fidelicen con nosotros y nuestro objetivo
Material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Se busca mejorar productos ya existentes colocándoles el plus de que es con materias primas naturales

Tabla 5: Matriz de desarrollo de marca

Fuente: Creación de empresa

- Logo:

Naturalia – Cremas Naturales

Imagen 9: Logo Naturalia

Fuente: Creación propia – Adobe Illustrator

3. Marketing digital y estrategias de marketing digital

- Landing page:

https://yinethmendezs.wixsite.com/naturalia

Imagen 10: Landing page – Equipo portátil o pc

Fuente: Creación propia

Imagen 11: Landing page – Equipo móvil

Fuente: Creación propia

- Página de Instagram:

https://instagram.com/naturalia_01?igshid=ff3yruirqyj0

Imagen 12: Pagina de Instagram – Equipo móvil

Fuente: Creación propia

- Fan page de Facebook:

https://www.facebook.com/104343111475274?referrer=whatsapp

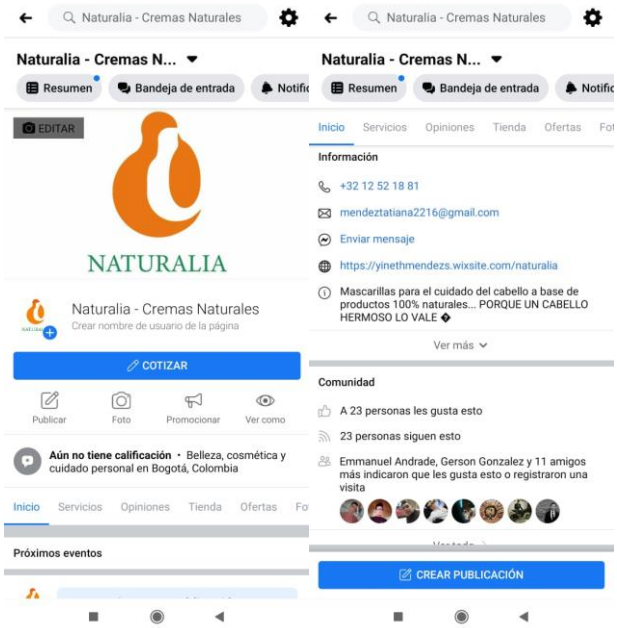


Imagen 13: Fan page de Facebook– Equipo móvil

Fuente: Creación propia

4. Métricas clave:

CAV (custormer adquisiont cost)

En las estadísticas se puede evidenciar que la inversión en marketing es:

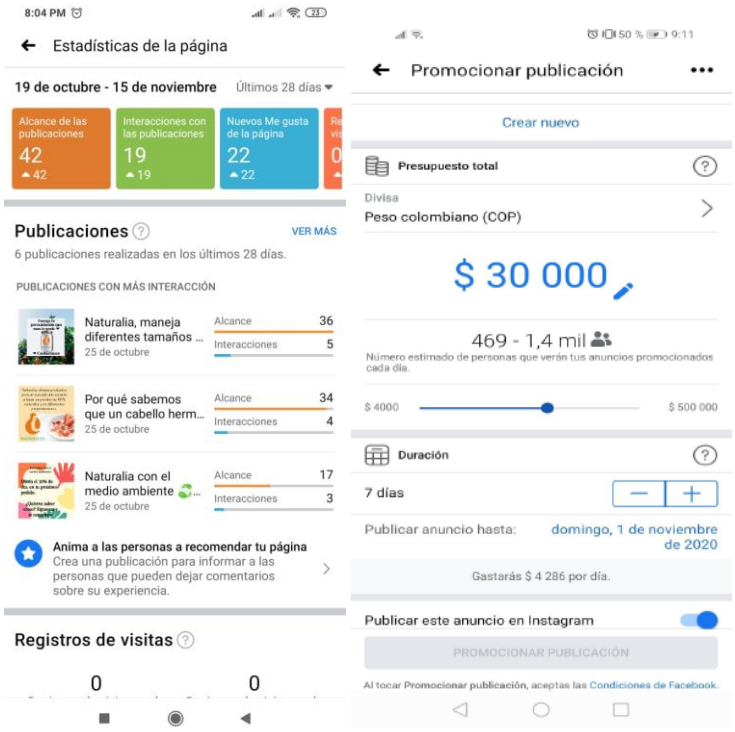


Imagen 14: Fan page de Facebook– Análisis de estadísticas

Fuente: Creación propia

Este resultado nos muestra que el costo por cliente es de $1.363 pesos en siete días de publicidad paga. Ya que el costo del producto es de $22.200 y que no se han terminado los días de publicidad, se calcula que el aumento de clientes sea mayor al terminar el proceso de publicidad.

Lifetime value: El estimado de compras por cliente dependerá de la reparación necesaria para su cabello, pero haciendo un cálculo con los resultados obtenidos se estima que las compras por semana sean una o dos y con estos estimados creamos la tabla para medir el valor de vida del cliente.

	CLIENTE 1	**CLIENTE 2**	**CLIENTE 3**	**CLIENTE 4**	**PROMEDIO**
Gasto por visita	22.200	22.200	22.200	22.200	22.200
Gasto por semana	1	2	1	2	1.5
Gasto total semana	22.200	44.400	22.200	44.400	33.300

LTV
33.300
52
2
TOTAL: 3.463.200

Tabla 6: Métricas clave

Fuente: Creación propia

El valor final es decir $3.463.200, es el estimado de un cliente en dos años.

Capítulo 4

1. Localización del proyecto:

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura - Adecuaciones	Local de 40x40 metros en el cual se adecuarán a la entrada la recepción y oficinas administrativas y en la parte de atrás de colocar toda la parte productiva y de empaque	1	Arriendo de $2.000.000	Cuente con todos los servicios básicos: Agua, luz, gas y teléfono e internet
Maquinaria y equipo	-Mezcladora -selladora -cinta transportadora	1 mezcladora 1 selladora 2 cintas transportadoras	$5.000.000 $2.500.000 $4.000.000 total: $11.500.000	Maquinaria fabricada en acero inoxidable funcional con electricidad
Equipo de comunicación y computación	Teléfono Computador	3 teléfonos 3 computadores	$150.000 $3.600.000 Total: 5.100.000	Teléfonos con los cuales se puedan transferir llamadas. Computadores con suficiente memoria RAM para manejar programas contables y paquetes office

Muebles y enseres y otros	Escritorios sillas archivadores	4 escritorios 8 sillas 2 archivadores	$2.100.000 $300.000 $400.000	Escritorios en base metálica con apoyabrazos en vidrio. Sillas metálicas con cojinería en algodón Archivadores hechos en lamida de aluminio con 4 compartimientos
Gastos preoperacionales	Matricula mercantil Cámara de comercio	1 matricula 1 camara de comercio	$5000 $570.000	Gastos necesarios para poder poner en funcionamiento la empresa legalmente

Tabla 7: Requerimientos de inversión

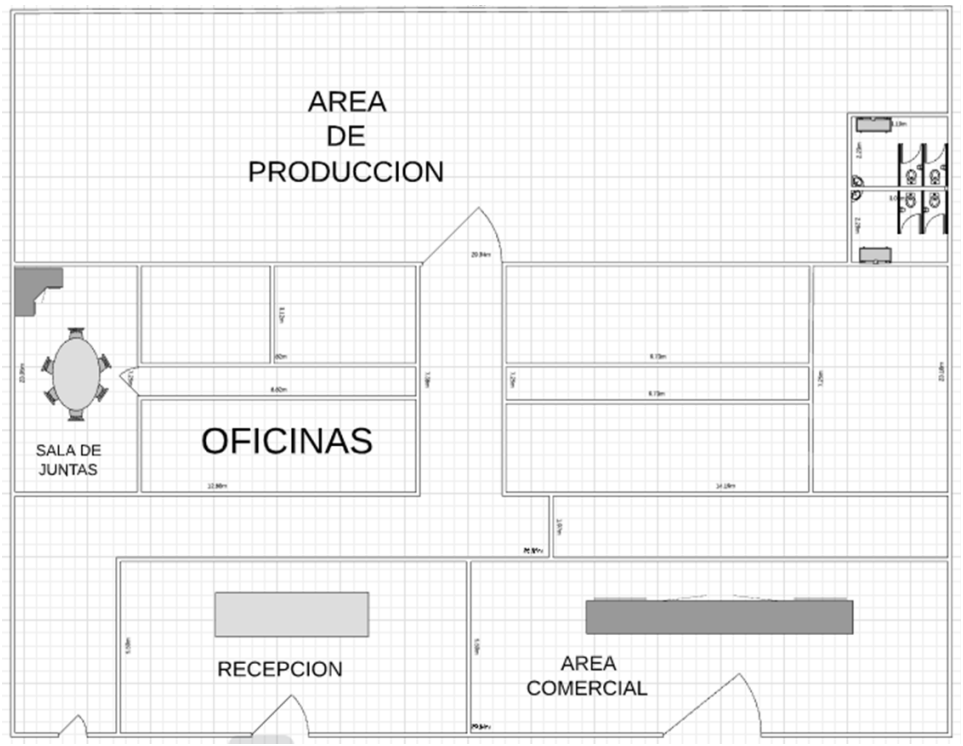
Fuente: Creación propia

1.1. Plano instalaciones:

Imagen 15:

Plano – Lucidchart

Fuente: Creación propia



2. Ficha técnica

NATURALIA	Naturalia - Cremas Naturales		
	CO DI GO	VE RSI ÓN	FE CH A

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)

Naturalia, Cremas Naturales; producto hecho a base de ingredientes 100% naturales, nutritivo para el cabello, producto que no maltrata ni quiebra el cabello.

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

Mascarilla hidratante: Leche, limón, miel, huevo, lecitina de soja, vitamina E, vitamina B12, fragancia.

Mascarilla maltratado y seco: Yogurt natural, mayonesa, agua, huevo, sábila, Biotina, vitamina B6, fragancia.

Recuperación de nutrientes: Huevo, aguacate, aceite de coco, niacina, vitamina E, fragancia

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

Presentaciones de vidrio en un frasco de contenido de 370 ml, con etiqueta transparente con la información de la empresa y el producto, las cuales permiten observar
el contenido

D. TIPO DE ENVASE

Frasco de vidrio con tapa metálica

E. MATERIAL DE ENVASE

Envase redondo de vidrio transparente de 6x12 cm aproximadamente un contenido de 370 ml, con tapa de media rosca metálica; el cual no permite que se derrame el producto.

Envase redondo de vidrio transparente de 6,5x13,5 cm aproximadamente un contenido de 500 ml, con tapa de media rosca metálica; el cual no permite que se derrame el producto.

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

Manténgase refrigerado, para permitir una mayor conservación del producto

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

Mascarilla hidratante: Se bate la yema del huevo, junto con la miel y la lecitina de soja; luego se agrega la leche, el limón y la vitamina E y la B12; luego de tener la mezcla ya lista se agrega la fragancia.
Mascarilla maltratado y seco: Se agrega el yogurt natural junto con la mayonesa y la sábila adicionando un poco de agua, y se van mezclando muy bien los ingrediente; luego se adiciona la biotina, vitamina 6 y por último la fragancia, dejando una contextura fácil de manejar.
Recuperación de nutrientes: Se mezcla el aguacate junto con el aceite de coco (en caso de este encontrarse muy sólido lo ideal es de derretirlo por unos segundos en el microondas), se adiciona el huevo y niacina junto con la vitamina E y la fragancia como ingrediente final.
H. VIDA UTIL ESTIMADA
Tiene una fecha aproximada de caducidad entre 10 a 15 días, estando refrigerado.
I. PORCION RECOMENDADA
Mascarilla hidratante: Aplicar en todo el cabello, la cantidad apropiada de acuerdo al largo del cabello; usar dos veces por semana.
Mascarilla maltratado y seco: Aplicar de medios a puntas, la cantidad apropiada de acuerdo al largo del cabello; usar dos o tres veces por semana, según el daño.
Recuperación de nutrientes: Aplicar de medios a puntas, la cantidad apropiada de acuerdo al largo del cabello; usar dos o tres veces por semana.
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO
Dedicación y remuneración: Tiempo completo (8 horas diarias); Salario: $950.000 + Aux. de transporte + todo lo de ley. **Nombre del cargo:** Operario de producción. **Tipo de contrato:** Termino fijo por seis meses, en caso de no terminarlo ninguna de las dos partes se renueva automáticamente (sin necesidad de firmar nuevamente los documentos de contratación) **Perfil requerido:** Técnico en cosmetología y estética integral, experiencia y conocimiento de productos en el cuidado y la belleza.

NATURALIA	Naturalia - Cremas Naturales		
	CO DIG O	VER SIÓ N	FE CH A

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

K. GRUPO POBLACIONAL

El cliente al cual está dirigido son mujeres que oscilan entre los 16 y los 45 años de edad.

Firma del responsable del producto:

REPRESENTANTE LEGAL

Nombre del responsable del producto **Tatiana Mendez**

Firma: Tatiana Mendez

Tabla 8: Ficha técnica

Fuente: Creación propia

3. Lanzamiento producto mínimo viable

Imagen 16: Story board

Fuente: Creación propia - storyboardthat.

¿Que problema estas tratando de resolver?

El problema principal es buscar la belleza y el cuidado el cabello, que ocasiones demanda mucho tiempo preparar una mascarilla cada vez que se desea usar.

¿Quién es tu público objetivo?

El público objetivo son las mujeres que oscilan entre los 16 y los 45 años de edad.

¿Cómo resolverás este problema?

Naturalia crea las mascarillas con productos a base de ingredientes 100% naturales y vitaminas, ya empacadas en envases los cuales facilitarán a los clientes su uso; pues solo deberán aplicar directamente en el cabello y !listo!

Cuál es el primer paso?

Manejar estrategias de marketing digital el cual ayude a dar a conocer a Naturalia, la calidad de sus productos y la buena logística en entrega de sus productos a manos de sus clientes, así como los descuentos por fidelización.

4. Ingeniería del proyecto

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción de bien o servicio prestado?

El primer paso es la selección de productos frescos, se continúa con la preparación de las cremas; en este paso se realiza toda la producción para llegar al producto indicado, continuamos con la parte del envasado del producto para luego ser embalado y transportado hasta los clientes.

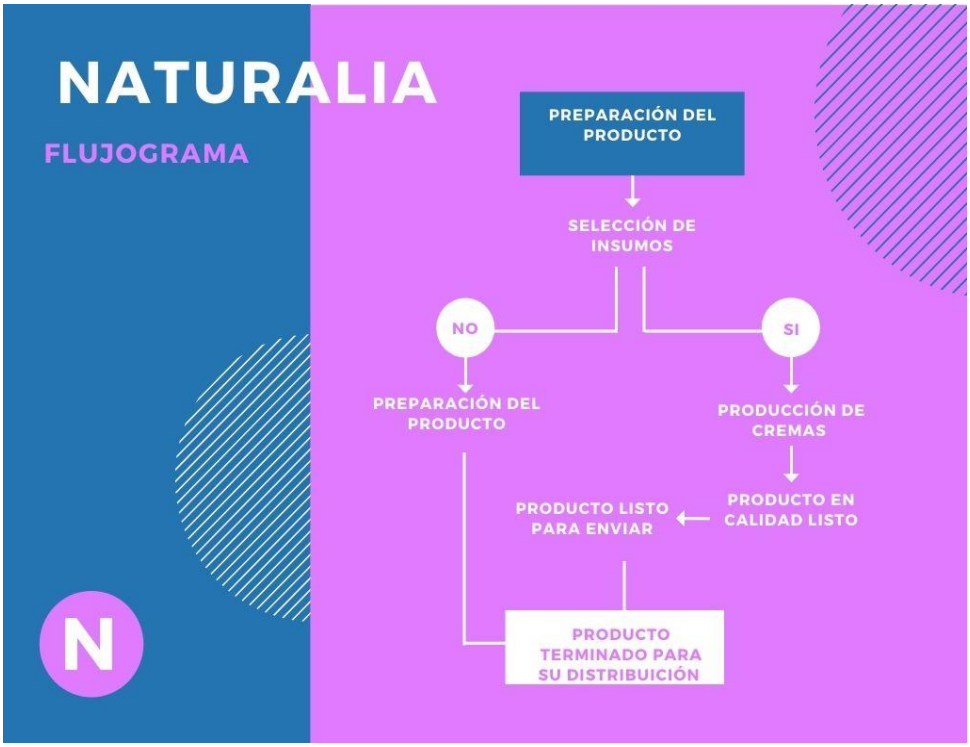


Imagen 17: Flujograma

Fuente: Creación propia – Canva

4.1. Capacidad de producción

Bien o servicio:		Mascarillas naturales para el cabello		
Unidades a producir:		200		
Actividad del proceso	**Tiempo estimado de realización (minutos/horas)**	**Cargos que participan en la actividad**	**# de personas que intervienen por cargo**	**Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (cantidad de producto/ unidad de tiempo)**
Actividad 1	15 minutos	1 seccionador de productos	1	Trabajo humano utensilios amigables con el medio ambiente (recipientes reutilizables, mínima utilización de plástico)

Actividad 2	25 minutos	1 Preparador de producto	1	Trabajo humano recipientes reutilizables
Actividad 3	15 minutos	1 Empacador de producto	1	Trabajo humano, frascos de vidrio
Actividad 4	5 minutos	1 Etiqueta y marcación de producto	1	Trabajo Humano, etiquetas amigables con el medio ambiente
Total				

Tabla 9: Capacidad de producción

Fuente: Creación propia

Conclusión

La empresa brindará un servicio 100% natural con ingredientes nativos brindando un producto innovador y amigable con el medio ambiente, creando una relación con el cliente por su cercanía con los ingredientes.

Además, los servicios de entregas serán mediante envíos en bicicleta, mostrando la responsabilidad con el entorno.

Con la forma de empacado del producto se intentará generar conciencia de reciclaje.

Bibliografía

© 2020 Natura Cosméticos Ltda. (s.f.). *Natura Cosméticos Ltda.* Obtenido de Natura Cosméticos Ltda.: https://www.natura.com.co/

©2020, AVON COLOMBIA SAS. (s.f.). *AVON COLOMBIA SAS*. Obtenido de AVON COLOMBIA SAS: https://www.avon.co/415/higiene-personal/?pDeptSlug=naturals

Andrea. (s.f.). *Pinterest*. Obtenido de Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/484699978622427796/

Garcia, F. (23 de 07 de 2018). *Diario de Sevilla*. Obtenido de Wappissima Make it pretty: https://www.diariodesevilla.es/wappissima/actualidad/belleza/mejores-mascarillas-caseras-pelo_0_1266173830.html

Ingenio y Empresa. (s.f.). *Ingenio y Empresa*. Obtenido de Ingenio y Empresa: https://ingenioempresa.com/5-fuerzas-de-porter/

Laboratorio María Salomé S.A.S. 2019. (s.f.). *María Salomé S.A.S. 2019*. Obtenido de Laboratorio María Salomé S.A.S. 2019: https://mariasalome.com/

Morales, T. (30 de 04 de 2012). *Trendencias*. Obtenido de Trendencias: https://www.trendencias.com/belleza/tipos-de-cabello-que-necesidades-tiene-mi-melena

Soluciones integrales en envases Envasar S.A.S. (s.f.). *Soluciones integrales en envases Envasar S.A.S.* Obtenido de Envasar S.A.S.: https://www.envasarsas.com/envasar-envases-de-vidrio/

Somos Cundinamarca . (s.f.). *Somos Cundinamarca* . Obtenido de Somos Cundinamarca : http://somoscundinamarca.weebly.com/la-sabana-de-bogotaacute.html

Wuda time. (27 de 10 de 2015). Obtenido de Wuda time - W Blog: http://wudatime.com/es/gestion-proyectos/las-8-claves-para-el-exito-de-tu-proyecto/