

Glamour Visage

Paula Andrea Cepeda Diaz

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior- CUN

Comunicación Social Y Periodismo, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior-
CUN

La correspondencia relacionada con este proyecto debe ser dirigida a Angela Castellanos,
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior- CUN

Contacto: paucediaz@gmail.com

04 de noviembre de 2017, Bogotá D.C, Colombia

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como interés dar a conocer como de manera natural sin la utilización de químicos se puede realizar maquillaje.

Para personas de piel delicada o con problemas de acné tienen que someterse a comprar maquillaje que sean aptos para ellos y a veces no hay la variedad en tonos, colores o estilos y de costo muy alto esto hace que se tengan que limitar a lo que hay. Pensando en ello se quiere elaborar cosméticos que sean aptos para pieles sanas y pieles delicadas tanto para hombres y mujeres que mientras se lo apliquen hidrate restaure y mejore su piel innovando en colores, estilos, tonos y olores además ayuda a no más abuso al medio ambiente.

CAPÍTULO 1, LA IDEA DE NEGOCIO

1.IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1. Producir y generar ingresos en la venta de maquillaje a base de productos naturales, el cual apoya al crecimiento de la autoestima de la mujeres u hombres sin causar efectos secundarios y ayuda a no más maltrato al ambiente. La venta de los cosméticos será por medio virtual, se creará una página web y tendrá sus respectivas redes sociales. Darle oportunidad a las personas que quieran ser parte de equipo con un buen porcentaje.

1.2. PROBLEMA POR DESARROLLAR

Ayuda a combatir las imperfecciones en la piel como el acné, brotes, manchas, entre otros. Sus ingredientes son naturales sin químicos que puedan causar daños secundarios. Además, ayuda a aumentar la autoestima de mujeres y hombres; y no afecta al medio ambiente, a bajo precio.

1.3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Innovar en el mercado de los cosméticos con productos naturales que brindan beneficios y economía. Variedad en diseños, colores y olores, cada artículo estará disponible para cada tipo de piel. Incluir personas externas para generar empleo. A la hora del pago dar las mejores opciones para los clientes.

1.4. CLASE DE PRODUCTO QUE GENERARA A LA IDEA DE NEGOCIO.

Mi producto pertenece a bien y servicio, ya que el maquillaje permite arreglar y dar un aspecto diferente a la persona que lo utilice y además mientras esta aplicado tonifica y beneficia a la piel mejorando imperfecciones.

1.5. SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO

Mis productos hacen parte del sector primario o agropecuario, porque, los ingredientes con los cuales se hacen los productos son naturales y no se utiliza algún tipo de químico que perjudica al consumidor y al medio ambiente.

1.6. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Los productos serán envasados en sus respectivos frascos plásticos, etiquetado con el logo de GLAMOUR VISAGE y los nombres de los ingredientes usados. A la hora de la entrega se dará con una bolsa biodegradable la cual tendrá nuestro logo, redes sociales y teléfono. A la hora del pago se tendrá distintas formas de pago para que el cliente pueda adquirir el producto. Al mismo tiempo se quiere generar empleo contratando a personas para que hagan parte de GLAMOUR VISAGE como distribuidores en cada ciudad para más seguridad y facilidad al cliente a la hora de comprar. Se tendrá un buzón de sugerencias para aquellos clientes insatisfechos nos hagan las pertinentes observaciones y poder mejorar.

1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Se quiere suplir la necesidad que muchas personas tienen por el motivo de su piel vulnerable a maquillajes o tratamientos faciales que no pueden utilizar ya sean por los químicos que se utilizan, GLAMOUR VISAGE quiere darle fin a ese apuro con productos orgánicos que son tanto para personas con piel sensible y para las que no. De modo que cuando el producto este aplicado ayuda a restablecer y cuidar la piel. El maquillaje ya no será por decirlo así “discriminado” por los hombres porque se harán artículos pensados en ellos para que también puedan tener acceso a estos beneficios. Tanto los jóvenes como los adultos mayores pueden hacer uso de los productos ya que estos no tienen ningún efecto secundario; y asimismo nuestros productos sirven para que las personas que quieran emprender y generar ingresos lo puedan hacer distribuyendo GLAMOUR VISAGE.

1.8. ANTECEDENTES DE LA IDEA DEL NEGOCIO

La idea de negocio se origina por la problemática que muchos familiares presentaban a la hora de comprar maquillaje, he hecho mis averiguaciones previas, he probado cada uno de los ingredientes que utilizare para mis productos, algunos con efectos secundarios, pero sin pasar a mayores, para así poder brindar la mejor calidad. Durante un tiempo antes de pensar en mi idea de negocio empecé a utilizar maquillaje orgánico de marcas extranjeras, las cuales suplieron mi necesidad, sin embargo, cuando se me acaba un producto para adquirir era un poco difícil por su costo.

1.9. OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.9.1. OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa, productora de maquillaje, a base de productos naturales como aceite de coco, glicerina, rosas, vitamina E, cocoa, entre otros, fabricados en casa. Ya teniendo la materia prima se empezará a vender por vía internet, asimismo generar empleo por medio de la distribución en diferentes ciudades, ganando ellos el 60% y la empresa el 40%.

1.9.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Resaltar de manera sana la belleza de la mujer.
- Diferentes formas de pago
- Fácil acceso a la tienda
- Beneficios para la piel mientras esta aplicado

CAPÍTULO 2 CUSTOMER DEVELOPMENT

2. PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

2.1. HIPÓTESIS

2.2.1. STAKEHOLDER

Los productos estarán distribuidos en todo el país, son aptos para hombres y mujeres desde los 14 años en adelante los pueden adquirir cual quiere persona ya que su costo no es elevado. Está pensado para personas que tienen inconvenientes a la hora de comprar artículos especializados para su piel y refuerza la autoestima de la persona que lo obtenga.

2.2.2. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDER

Se quiere complacer la satisfacción de las mujeres y de algunos hombres que por medio de unos cosméticos dependen más los factores emocionales que funcionales. la compra de estos productos soluciona las necesidades tanto del vendedor como del comprador. Su uso puede ser en cualquier lugar y momento.

2.2.3. IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS DE RESULTADO

Maquillaje que no obstruye los poros ni dañan la piel, se mantiene sobre la piel todo el día, sin diluirse por el sudor o la humedad, por ser inofensivo para la piel, puede dejarse toda la noche. Se puede utilizar en pieles jóvenes ya que tiene menos riesgo de provocar alergias; son productos hipoalergénicos, no contienen químicos, tintes, preservativos agregados, perfumes, talcos, entre otros. Están hechos de pigmentos minerales, extractos botánicos, ceras y aceites naturales que le dan a la piel un tono natural y revitalizan la piel. Es más fácil de aplicar que los comerciales, ya que se necesita solo una brocha y aplicarlo en movimientos circulares y puede mejorar algunas de estas situaciones, como la rosácea o el acné.

2.2.4. IDENTIFICACIÓN DE SOLUCIONES ACTUALES

Las personas prefieren realizar remedios caseros que gastar en maquillaje orgánico ya que les sale más económico y confiable, aunque a veces los beneficios no sean los suficientes se conforman.

2.2.5. ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES

La mayoría de personas y especialmente las que sufren de la piel tienen problemas a la hora de comprar maquillaje ya que hay algunos que no son aptos para ellos y que la diversidad es muy poca, al ellos comprarse cosméticos especiales en algunas ocasiones les sale bastante costoso porque no es solo un producto si no varios que tienen que comprar, por otro lado, existen compañías que realizan productos naturales, pero con precios muy elevados y en poca cantidad. Mi proyecto quiere darle la mejor solución a todas las personas con un maquillaje orgánico con beneficios como hidratación, filtro solar, reafirmante de piel, entre otros, va dirigido para todo el público y lo mejor con un precio muy económico.

2.2.6. MERCADO

TAM: Mercado mundial de maquillaje orgánico por vía de internet, aproximadamente 30 unidades por mes.

SAM: si se venden los 30 artículos por mes en el año aproximadamente serian 360 unidades anual.

SOM: mientras se da a conocer los productos se tendrán que regalar unas muestras de lo producido por lo tanto se estaría vendiendo aproximadamente 144 artículos anualmente.

CAPÍTULO 3 VALIDACIÓN DEL PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

3. LA ENTREVISTA

Se realizo con preguntas para ilustrar el contenido general, combinando varios tipos de preguntas como preguntas de secuencia, cantidades y de ejemplos.

3.1. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se pregunto a mujeres de edad 16, 20, 35 y hombres de 19 y 29 años. Las respuestas fueron positivas por ambos, aunque por el lado de las mujeres tienen más idea sobre tema y por los hombres solo uno tenía la idea, y el otro nulo en el tema le agrado y le sorprendió la idea.

3.2. HALLAZGOS DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA

NOMBRE ENTREVISTADO	ENTREVISTA
Isabella Ladino	Me parece muy buena la idea, pues yo sufro de acné y cuando voy a la dermatóloga me recomienda utilizar maquillaje natural, porque los otros no son aptos para mí. Lo único malo es que son muy caros y a veces viene en cantidad pequeña. Y yo que estudio Ing. Ambiental me parece bien porque se piensa en el medio ambiente.
Natalia Sánchez	Yo no sufro de acné, pero siempre me gusta cuidar mi piel y más cuando me sale algún

	<p>granito quiero tener una solución para acabar con él. Vivo muy pendiente de las redes sociales y me he dado cuenta de marcas de maquillajes orgánicos, hace un mes me compre una pestañina no me gusto de ha mucho, pero la utilizaba por los beneficios que tenía y no la volví a comprar porque su precio es muy elevado.</p>
Sandra Zapata	<p>Bueno, yo como mujer y mama siempre quiero lo mejor para mi hija y yo, me he gastado infinidad de dinero comprando cosas para vernos bellas pero muy poco son las que en verdad puedo decir que vale la pena, mi hija últimamente me ha dicho que, para comprar este tipo de maquillaje, pero no sé si vale la pena y también por la cuestión de las compras de internet no me da mucha confianza.</p>
Juan Rodríguez	<p>Yo sufro de acné en la zona de la frente y no me parece bien tener que gastar tanto dinero para comprar ese tipo de cosas ya que las he averiguado y no aguanta. Prefiero aplicarme sábila o hacerme maquillaje.</p>

Fabian Barragán	No tengo ni idea de eso, mi esposa no me comparte esas cosas, pero ya teniendo la breve explicación que usted me dio me gustaría sorprender a mi mujer llevándole ese maquillaje.
-----------------	---

3.3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

HALLAZGOS			
NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES – FRUSTRACIONES- LIMITACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Ayuda a combatir el acné	Resaltar de manera sana la belleza de la mujer.	Precios muy elevados	Diferentes productos para la piel
Sin químicos que puedan causar efectos secundarios	Se utilizarán productos naturales.	Pequeña cantidad	Incluir personas externas para generar empleo
Conllevar al alto autoestima de	Diferentes formas de pago	Desconfianza a la hora de comprar	Envíos nacionales e internacionales con él

mujeres	y			envió gratis con
hombres				bajos precios.

3.4. RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN

Después de realizar las entrevistas nos damos cuenta de que para la mayoría de personas que tienen problemas en su piel bregan a la hora de comprar ya sé porque no hay o por su precio, y que no hay una marca que supla totalmente las necesidades.

CAPÍTULO 4 PROTOTIPO

4.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

POLVOS COMPACTOS

Sirve para disimular las imperfecciones del rostro y atenuar el brillo. Está compuesto por Maizena, cocoa, alcohol etílico, bloqueador solar y vitamina E. Su presentación es en un envase plástico redondo con el logo de GLAMOUR VISAGE.

TÓNICO Y FIJADOR DE MAQUILLAJE

Tónico ideal que realiza una limpieza profunda, tonifica la piel y regenera las células cutáneas, evitando el envejecimiento prematuro. Contiene vitamina E, Aloe vera, Manzanilla, Colágeno y Elastina. Su presentación será en un atomizador plástico con su logo.

LABIAL

Maquilla los labios dándole un aspecto muy atractivo, contiene diferentes colores. Este hecho por medio de crayolas, aceite de coco, vitamina E y bloqueador solar. Su presentación será en el molde respectivo para labiales con su logo.

4.2. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

POLVOS 14G	FIJADOR DE	LABIAL 2G
<ul style="list-style-type: none"> • Maizena • Cocoa • Alcohol Etilico • Envases Plásticos 	<p style="text-align: center;">MAQUILLAJE 150 ML</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua purificada • Glicerina • Atomizador 	<ul style="list-style-type: none"> • Crayolas • Aceite de coco 150ml • Vasos Plásticos 1pqt • Molde Barra De Labios • Palos De Paleta

4.3. PLANOS

CAPITULO 5 MATRIZ ESTRATÉGICA

5.1. IDENTIDAD ESTRATÉGICA

La razón es elaborar maquillaje de manera natural para todas las personas específicamente para aquellos que tienen piel sensible o con acné que les servirá para darle un mejor aspecto a su piel con un buen precio.

5.2. FUTURO PREFERIDO

Ser una empresa preferida y reconocida en el país, tanto por sus productos como por generar empleo y poder trabajar con grandes empresarios y poder llegar al exterior.

5.3. OBJETIVO GENERAL

La empresa quiere suplir todas las necesidades y ser reconocida tanto por su servicio y calidad. También ayudar a las personas que quieran empezar a emprender siendo parte de GLAMOUR VISAGE, asimismo ser ejemplo para muchas personas para que puedan iniciar con su negocio.

5.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ser una marca que tanto los profesionales en piel y las personas recomienden para el cuidado de su piel.
- Brindar confianza con nuestros productos.
- Ser reconocido nacional e internacionalmente.
- Ser representante tanto para el cuidado del medio ambiente como de los animales.

5.5. VALORES

- Amor: Hacer las cosas con amor para que se enamoren de nuestros productos.
- Compromiso e identidad: cumplirles a los clientes, y no tener que pasar por encima de otros para cumplir nuestros objetivos.

- Unión: Entre trabajadores y clientes ser un equipo para cada día ir creciendo.
- Respeto: Respetar a cada una de las personas ya sea por su color, pensamiento, sexualidad, gustos, etc.
- Responsabilidad social: Ayudar a todas las personas, pero más a las que no tienen una economía estable para adquirir los productos.
- Responsabilidad ambiental: No ser mal uso del medio ambiente y ayudar a nuestros animales.

5.6. ANÁLISIS DE PESTEL

Políticas	Económicos	Sociales	Tecnológicos
<ul style="list-style-type: none"> • La aplicación del derecho internacional humanitario • El respeto de los derechos civiles • Las normas de protección al medio ambiente • El respeto de los derechos constitucionales • La protección a la inversión • La protección a la propiedad industrial e intelectual • La legislación tributaria • La legislación laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • La etapa del ciclo económico • Las tasas impositivas • Las tasas de interés • Los niveles de inflación • Las tasas de crecimiento económico actuales y potenciales • Los niveles de deuda y ahorro • El nivel de confianza del consumidor • La disponibilidad de mano de obra calificada • Los costos de las materias primas • Las tasas de empleo • La política monetaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Los demográficos • La salud, la educación y la movilidad social • Las tendencias en el empleo • Los medios de comunicación, la opinión pública, actitudes y prejuicios • Los estilos de vida • Los cambios socioculturales en marcha • Las condiciones de vida de la población • Patrones de consumo • Factores étnicos y religiosos 	<ul style="list-style-type: none"> • El impacto de las nuevas tecnologías • El impacto y velocidad de las transferencias de tecnología • El tamaño de las inversiones en investigación y desarrollo tecnológico • El impacto de las tecnologías de la información • Las tasas de obsolescencia tecnológica • La automatización de los procesos de producción • Los incentivos a la modernización tecnológica

5.7. PORTER

AMENAZA COMPETIDORES	Amenaza de Productos	Rivalidad	Negociación Proveedores	Negociación Clientes
<p>Existe más con las empresas internacionales que ingresan sus productos al país, pero la mayoría con un precio muy elevado por ello nuestros productos serán de un precio exequible.</p>	<p>Hay variedad en productos orgánicos pero cada uno tiene que complementarse con el otro, nuestros productos tan solo uno te puede brindar los beneficios que necesitas.</p>	<p>En Colombia ya existen empresas de maquillaje natural que cuentan con el apoyo de algunas figuras públicas, pero aun así nosotros queremos que por nuestra calidad y confianza las personas decidan adquirir los productos.</p>	<p>Los productos se quieren exponer a las entidades encargadas de nuestra piel para que nos den el visto bueno y poder ser una marca que por ejemplo los dermatólogos recomienden a sus pacientes y tal vez hacer colaboraciones con otras empresas.</p>	<p>Al momento que quieran comprar nuestros productos previamente les mandaremos una muestra de nuestros productos para que se sientan seguros a la hora de comprarlos y no piensen que malgastaron el dinero.</p>

