

INNOVA L.A  
BELLEZA PROPIA

LUZ MERY PAEZ BELEÑO  
ASTRID RODRIGUEZ LOSADA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL PARA LA EDUCACION SUPERIOR  
ESCUELAS DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
BOGOTA, COLOMBIA  
2018

“María Cristina Farfán”



**INNOVA L.A**

**BELLEZA PROPIA**



## Tabla de contenido

INTRODUCCION	4
PALABRA CLAVE	6
KEYWORD	6
ABSTRACT	6
OBJETIVOS:	7
OBJETIVO GENERAL:	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	8
CONCEPTO DEL EMPRENDIMIENTO DEL MERCADO	8
NOMBRE DEL PROYECTO INNOVA L.A	9
JUSTIFICACION DEL PROYECTO	9
TECNICAS CREATIVIDAD:	15
PLANTEAMIENTO	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
ELECCION DEL PROYECTO (¿PORQUE LO ELIGE, PARA QUE LO ELIGE? ¿PARA QUIEN LO ELIGE? ¿CUANDO LO ELIGE?	21
ELEGIMOS ESTE PROYECTO, PARA QUIEN LO ELEGIMOS Y CUANDO LA ELEGIMOS	23
CUANDO LA ELEGIMOS	23
MATRIZ DE DECISIONES	24
MATRIZ DE DECISIÓN:	24
CLASES DE INNOVACIÓN	27
LIMITACIONES Y FRUSTRACIONES DEL CLIENTE .	29
IDENTIFICACION DE LOS STAKEHOLDERS.	34
ESTUDIO DE MERCADO.	35

TAMAÑO Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO.	37
COMPORTAMIENTO DEL MERCADO	38
LA IMPORTANCIA DE LAS TICS DENTRO DE UNA IDEA DE NEGOCIO	45
ATREVES DE LAS TICS COMO PODEMOS COMERCIALIZAR Y DIFUNDIR NUESTRO PLAN DE NEGOCIOS	45
EL BIT DATA	46
PÁGINAS WEB DE NUESTRO PROYECTO A REALIZAR INNOVA L.A	46
SELECCION DE IDEA DE NEGOCIO	47
CONSTRUCTION DEL PENTAGON	47
HIPÓTESIS DEL PENTÁGONO	48
ILUSTRACIÓN 1 CICLO DE ADOPCIÓN DEL PRODUCTO	53

## **INTRODUCCION**

Nuestro proyecto se basa en la comercialización, promoción aplicación de productos orgánicos de uso capilar, estético y corporal. Nos diferenciaremos además de las tendencias de estrategias con la que proporcionaremos el cuidado de su cabello y de su cuerpo, demostradores calidad y seguridad, ante todo. Las grandes y pequeñas tiendas de estéticas manejan productos con aplicación química causando el perjuicio como pérdida de cabello, reacciones alergias, resequedad de cuero cabelludo. Irritaciones de la piel entre otros. Nuestros productos orgánicos les protegerá su cabello aportándoles nutrientes y reconstrucción al cabello maltratado cuidado estético , en el país donde se dio la evolución de productos orgánicos para el cuidado del medio ambiente y reducción a la contaminación de la naturaleza, en Francia, se dio la revolución de la industria de la belleza orgánica , en Colombia se dio la evolución del cultivo y producción de productos orgánicos, implementado el uso de la belleza y cuidado estético para cuidado ambiental y protección de la naturaleza. Regidos por la organización mundial de la salud (O.M.S) para proteger la salud al usuario, ventajas de estos productos orgánicos en nuestra empresa es de maternos en el mercado siendo líderes en el cuidado de la belleza, el cuidado a la salud y estética, brindando calidad y seguridad.

**MISION:**

Para INNOVA L.A, su misión es brindarles a los clientes seguridad, reducir riesgos en su salud, contribuyendo en la protección del medio ambiente por medio del uso de los productos orgánicos y llevando a los hogares prevención de enfermedades, salud y prosperidad.

**VISION:**

Nuestra visión de INNOVA L.A, Es ser una empresa reconocida en el ámbito del mundo de la peluquería y estética, por el uso de los productos orgánicos y ampliándonos como empresa para brindar bienestar y prosperidad para un mejor futuro , manteniendo una puerta abierta de ejercer empleo a las personas que se desempeñen en esta labor, contribuyendo en el cuidado del medio ambiente, por medio del uso de productos orgánicos y así alcanzar el éxito.

## **PALABRA CLAVE**

Belleza orgánica  
Dañinos para la piel  
Piel sensible  
Evitar irritaciones  
Proteger tu piel

## **KEYWORD**

Welfare before all

## **ABSTRACT**

It is the creation of a center of hairdressing, aesthetics and sale of organic beauty products, noting that it is a productive project of a family nature that seeks through it, enjoy economic dependence on the family and enable the generation of employment for six people more, improving the quality of life.

## **ABSTRACT:**

Es la creación de un centro de peluquería, estética y venta de productos de belleza orgánicos, señalando que es un proyecto productivo de carácter familiar que busca a través de él, gozar de dependencia económica al núcleo familiar y posibilitar la generación de empleo a seis personas más, mejorando la calidad de vida.

## **OBJETIVOS:**

Nuestro objetivo es garantizar salud y bienestar al nuestros cliente teniendo en cuenta, que gracias a los productos orgánicos evitaremos muchos problemas de salud, además donde se le informara al usuario los grandes beneficios que tiene al utilizarlos.

## **OBJETIVO GENERAL:**

Nuestro objetivo general es implantar estrategias de desarrollo como acondicionamiento físico y estructural del ambiente del salón con personal capacitado en la belleza y cuidado de la piel, y así mismo implantar los productos orgánicos, maquinaria de última calidad para poder ofrecer buenos servicios y comodidad y satisfacción a nuestros clientes cubriéndoles necesidades, dando una solución y así alcanzar el éxito.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Nuestro objetivo específico. Es lograr la implementación del uso de productos orgánicos y reducir la contaminación al medio ambiente, reconocimiento de nuevos productos orgánicos que se implementarán en el mercado teniendo en cuenta que son pocas las personas que conocen de productos orgánicos. Y además brindándole al usuario una asesoría oportuna, con claridad y confiable. Y así tener éxito en la compañía.

### **CONCEPTO DEL EMPRENDIMIENTO DEL MERCADO**

Nuestro concepto de mercado a realizar, el objetivo es brindar un servicio de mejor calidad de productos orgánicos para un mayor cuidado capilar y estético creándole una necesidad del por estos productos orgánicos son mejores para el cuidado de su salud in poner en riesgo, brindándoles seguridad. En la publicidad les daremos asesorías para dar a conocer mejor mejores beneficios que aportan los productos orgánicos. En la estrategia para dar a conocer el producto en el mercado (clientes) de lanzamientos daremos muestras, aplicándoles el producto como obsequio para que vayan

conociendo nuestro mercado a realizar. En ventas y distribución  
brindaremos descuentos y daremos precios bajos al (publico, clientes,  
familias, personas, organizaciones y empresas) así dar a conocer el uno de  
nuevos productos orgánicos para el cuidado y mejoramiento personal  
estético autoestima y capilar.

### **NOMBRE DEL PROYECTO INNOVA L.A**

INNOVA L.A

Belleza propia

### **PORQUE**

Nos enfocamos más que todo en mejorar la calidad de vida y estilo de  
nuestros usuarios, innovándonos cada día más, sabiendo que la belleza es  
el cambio personal,

L.A. Representa el nombre de luz y Astrid

**INNOVATES L.A**

**OWN BEAUTY**

### **JUSTIFICACION DEL PROYECTO**

Nuestro proyecto a realizar es a corto plazo, por crearles la necesidad  
inmediata del cambio de productos a los clientes después de investigación  
de mercado en el campo de la belleza integral. Solucionando un problema

de salud causado por químicos tradicionales reemplazando por productos orgánicos y así poder alcanzar nuestro objetivo del proyecto INNOVA L.A brindando repuesta a los interesados como son los stakeholders mercado.

En este proyecto se describe la creación de un centro de peluquería, estética y venta de productos de belleza orgánicos, señalando que es un proyecto productivo de carácter familiar que busca a través de él, gozar de dependencia económica al núcleo familiar y posibilitar la generación de empleo a seis personas más, mejorando la calidad de vida.

La cosmética natural tiene importantes ventajas con respecto a la cosmética industrial. Ventajas relacionadas con la salud, el medio ambiente, el consumo responsable y el coste económico que te inclinarán a favor de la selección de tratamientos con cosmética natural.

Cada vez son más las personas que se sienten atraídas por la **cosmética natural**. En algunos casos, porque determinados problemas de la piel e intolerancia a las sustancias químicas nos obligan a buscar opciones más saludables como la **cosmética natural**. En otros casos, porque nuestra conciencia y sensibilidad exigen un compromiso con el **medio ambiente**, la **ecología**, el **consumo responsable** y sistemas de mercado más **solidarios** y justos.

La mayor parte de la población desconoce por completo los peligros de la cosmética industrial por ser una de las **principales fuentes de exposición** a

infinidad de sustancias químicas muy tóxicas para el organismo. Son muchos los estudios científicos que relacionan algunas de estas sustancias con todo tipo de enfermedades autoinmunes, alergias o, incluso, cáncer. Entra en nuestra sección sustancias tóxicas para descubrir cuáles son las más peligrosas y sus efectos en la salud.

Es cierto que preocuparnos por las muchas sustancias tóxicas que nos rodean es desagradable y a veces difícil de solventar. Sin embargo, ser conscientes de ello es el primer paso para buscar alternativas más saludables, motivo más de gran importancia para la presentación del presente proyecto.

Los servicios de peluquería estarán desarrollados por las tres personas que van a promover el negocio y por cuatro personas auxiliares de peluquería. Las actividades de estética serán desarrolladas por personal autónomo que se contratara dependiendo de la demanda de los/as clientes/as.

Las tres personas promotoras del negocio deben acreditar titulación de Técnico de Peluquería y Cosmética Capilar y estar estudiando y formándose como Profesional en Administración de Empresas y Negocios Internacionales. Dado el perfil de las personas promotoras de este negocio, resulta un modo de auto emplearse y generar empleo, desarrollando una actividad creativa, para la que se han formado a conciencia, obteniendo así una remuneración económica al ejercer la profesión que les apasiona.

Los servicios ofrecidos por la empresa estarán formados por las actividades de peluquería, estética, maquillaje y venta de productos orgánicos como son:

- Colorantes Capilares
- Champús, Acondicionador y Tratamiento Capilar
- Maquillaje (Corrector en crema, polvo compacto y suelto, maquillaje acabado natural, rubor, lápiz de ojo, sombra de ojo, mascara para pestañas, lápiz para cejas, delineador líquido, labial giratorio, lápiz de labios y brillo de labios)
- Cuidado Facial (Aceites, almohadillas y toallitas , leche limpiadora, tónico facial de rosas, mascarillas relajantes, gel contorno de ojos, crema de Aloe orgánico)
- Cuidado Corporal (Gel de ducha, manteca corporal, desodorante, loción corporal y aceite corporal)
- Cuidado Anti edad (Espuma limpiadora, tónico facial, crema de día y de noche, fluido antiarrugas, ampolletas y suero).
- Como complemento el servicio de Manicure y Pedicura
- **La peluquería** ofrecerá asesoramiento de imagen y tratamientos en relación con los cambios de coloración del cabello, el corte, aplicación de extensiones, peinados y recogidos, etc.

**En cuanto a la estética**, se ofrecerán a la clientela los servicios de limpieza y masajes faciales, depilación, manicura, pedicura y la pigmentación de cejas.

Por último, se realizarán **maquillajes** profesionales destinados especialmente a personas que quieran maquillarse para un día

especial, como bodas, fiestas y demás eventos. Todos los servicios anteriores se realizarán a base de productos orgánicos:

- Colorantes Capilares
- Champús, Acondicionador y Tratamiento Capilar
- Maquillaje en productos orgánicos como: (Corrector en crema, polvo compacto y suelto, maquillaje acabado natural, rubor, lápiz de ojo, sombra de ojo, mascara para pestañas, lápiz para cejas, delineador líquido, labial giratorio, lápiz de labios y brillo de labios)
- Cuidado Facial en productos orgánicos como: (Aceites, almohadillas y toallitas Leche limpiadora, tónico facial de rosas, mascarillas relajantes, gel contorno de ojos, crema de Aloe todos estos productos son orgánicos para el uso persona de la mujer como caballero)
- Cuidado Corporal (Gel de ducha, manteca corporal, desodorante, loción corporal y aceite corporal) todo a base productos orgánicos
- Cuidado Anti edad (Espuma limpiadora, tónico facial, crema de día y de noche, fluido antiarrugas, ampolletas y suero) a base de productos orgánicos

El **perfil** de los/as usuarios/as de este establecimiento está conformado por personas que quieren cuidar su imagen externa, preocupándose por el cabello como por recibir tratamientos de cuidado del cuerpo en general.

En cuanto a la estructura organizativa de la empresa, se distinguen tres áreas:

Área de **gerencia y comercial**, en la que se llevarán a cabo las tareas de gestión del negocio, gestión de los recursos, contacto con

proveedores, etc.;

Área de **peluquería**, en la que se incluyen los servicios de peluquería ofrecidos por la empresa y asesoramiento de imagen y tratamientos en relación con los cambios de coloración del cabello, el corte, aplicación de extensiones, peinados y recogidos, etc.;

Área de **estética**, que comprende todos los servicios de estética y maquillaje ofrecidos.

La competencia de la empresa estará compuesta por:

- Salones de belleza y peluquerías tradicionales, que ofrecen los servicios que le son propios.
- Establecimientos más actualizados, que incluyen nuevas tendencias y ofrecen unos servicios más diversificados.
- Por último, hay que tener en cuenta la gran abundancia de centros sin licencia y peluqueros/as que realizan estos servicios a domicilio.

El local estaría ubicado en la Calle 70 # 90-22 Barrio La Florida, Localidad Engativá (Bogotá). Se encuentra situada en una zona de gran influencia de público.

La página web y las redes sociales serán un factor importante para dar a conocer la empresa, ya que los/as clientes/as podrán informarse de los servicios ofertados, productos nuevos, nuevas tendencias y solicitar citas.

## **TECNICAS CREATIVIDAD:**

Se le crea la necesidad al cliente de un nuevo producto sin químicos la cual es cien por ciento orgánico 100% donde se le brindara una asesoría especial para el conocimiento y claridad de producto y el beneficio que tiene usarlo.

## **PLANTEAMIENTO**

A pesar de la situación que se presenta en nuestro diario vivir, poco a poco las personas han adquirido un cuidado especial en la salud y belleza corporal. Que antes no se tenía en cuenta y se ha propiciado la apertura de dichos lugares para satisfacer sus necesidades en el momento y llegar verse mucho mejor gozando de mejor autoestima

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La empresa cubre principalmente las necesidades de bienestar y salud de su

clientela. Los servicios que ofrece están relacionados directamente con el cuidado del cabello y de la piel, y la autoestima personal, y teniendo en cuenta

Que al utilizar productos tradicionales, estamos deteriorando nuestra salud como físico, Adicional a eso el problema que causamos al medio ambiente. Por los químicos que se lleva al momento de procesar productos tradicionales. Las cuales se utilizaran los siguientes servicios

- Asesoramiento de Imagen
- Coloración del Cabello
- Cortes para Hombres y Mujeres
- Aplicación de Extensiones
- Peinados y Recogidos
- Limpieza y Masajes Faciales
- Masajes Corporales
- Depilación
- Manicure y Pedicura
- Pigmentación de Cejas
- Maquillajes Profesionales Para Bodas, Fiestas y Demás Eventos
- Masajes corporales a base de productos orgánicos

En cuanto a los servicios principales que ofrece la empresa,

aquellos de peluquería, cubren la necesidad de los usuarios de tener un cabello sano, nutrido, bien cortado y/o teñido, con una forma agradable, que cubren las necesidades estéticas del mismo para que se sientan mejor consigo mismos.

En cuando a los servicios anexos, aquellos de estética, los/as clientes/as cubren sus necesidades de tener la piel del rostro mejor cuidada mediante los servicios de peeling y limpieza facial. También cubren la necesidad de sentirse mejor al estar depilados/as, o se sienten más atractivos/as con el servicio de maquillaje, etc.

En definitiva, la cobertura de necesidades estéticas y de bienestar cubierta por la empresa es muy amplia.

Con **INNOVA L.A** donde se le implementaran productos orgánicos en la parte estética será mucho mejor donde no se afectará la salud de los usuarios como cliente sabiendo que estos productos son realizados a base de plantas y frutos, adicional a esto evitaremos contaminación, siendo más ecológicos



**IMAGEN PROPIA**



En estas imágenes como se ven, es nuestro proyecto a llevar a cabo en corto plazo realizando labores de spa, masajes faciales, tintes etc. con productos orgánicos, que se realicen, en nuestra propia empresa, teniendo en cuenta que todo será a base de materia prima orgánico, donde se cuidara la salud de nuestros clientes.



**IMAGEN PROPIA**

**IMAGEN PROPIA**



[https://www.google.com.co/search?q=mechas+con+papel+aluminio&rlz=1C1GCEA\\_enCO791CO791&source=Inms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjZsPijg\\_PdAhVytIkKHZ9IBWlQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=657](https://www.google.com.co/search?q=mechas+con+papel+aluminio&rlz=1C1GCEA_enCO791CO791&source=Inms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjZsPijg_PdAhVytIkKHZ9IBWlQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657)

**ELECCION DEL PROYECTO (¿PORQUE LO ELIGE, PARA QUE LO ELIGE? ¿PARA QUIEN LO ELIGE? ¿CUANDO LO ELIGE?)**

**¿Porque lo Elige?**

Nosotras elegimos este proyecto con el fin de darnos a conocer como empresa

innovadora en el uso de nuevos productos orgánicos como:

- Colorantes Capilares

**Porqué:** Estos productos nos ayudan a no maltratar el cuero cabelludo en el momento del proceso, al colorear son orgánicos y nos ayuda a mantener un cabello saludable y restaurado.

- Champús, Acondicionador y Tratamiento Capilar

**Porque:** Lo usamos para cuidar nuestro cabello obteniendo un brillo natural, suavidad y es el complemento después de colorear el nuestro.

- Maquillaje (Corrector en crema, polvo compacto y suelto, maquillaje acabado natural, rubor, lápiz de ojo, sombra de ojo, mascara para pestañas, lápiz para cejas, delineador líquido, labial giratorio, lápiz de labios y brillo de labios)

**Porque:** Utilizamos estos productos faciales con el fin de cuidar la piel de nuestros clientes, estos productos nos aportan la seguridad y confianza que queremos, por ser orgánicos y libres de químicos.

- Cuidado Facial (Aceites, almohadillas y toallitas , leche limpiadora, tónico facial de rosas, mascarillas relajantes, gel contorno de ojos, crema de Aloe orgánico)

**Porque:** Se utilizan al cliente para el proceso de estética como limpieza facial, para tonificar la piel y retirar excesos de células muertas en el rostro.

- Cuidado Corporal ( Gel de ducha, manteca corporal, desodorante, loción corporal y aceite corporal)

**Porque:** Estos son actos para el uso personal del cliente, para los

masajes ofrecidos, con el fin de relajación, hidratación, del cuerpo.

Todo lo anterior es con el fin de aportar, al cliente mejor calidad y cuidado para su salud e imagen personal.

## **ELEGIMOS ESTE PROYECTO, PARA QUIEN LO ELEGIMOS Y CUANDO LA ELEGIMOS**

### **PARA QUIEN LO ELEGIMOS**

- Para el cuidado del cabello como estético y facial
  - Por los recursos naturales
  - Cuidando el ambiente ecológico
- 
- Lo elegimos para innovarnos en el mercado como empresa donde el cliente puede encontrar estos nuevos productos, orgánicos, supliendo sus necesidades, aportándole satisfacción y cuidado a su salud.
  - Para los clientes que requieran el cambio del uso de productos químicos por orgánicos la cual el aporta beneficios para la salud y bienestar nos damos cuenta que el producto con químicos están causando daños y perjuicios a su salud en el transcurso del tiempo. Ocasionándoles pérdida de cabello, manchas en la piel, caída de pestañas y cejas, reacciones alérgicas, entre otra. Con este cambio los clientes podrán tener mejor calidad y bienestar en su salud.

### **CUANDO LA ELEGIMOS**

- Elegimos trabajar en el presente proyecto, porque hemos escuchado manifestaciones de personas en relación con el tema haciendo referencia al daño que vienen presentado por el uso de productos con químicos, donde han tomado la decisión de buscar alternativas de usos de nuevos productos orgánicos para la

Satisfacción de la salud y bienestar del cliente.

## MATRIZ DE DECISIONES

Con esta matriz se pretende realizar un análisis y en prospectiva e identificar lo que sería la empresa en cuanto a imagen personal y marketing a la belleza para obtener mejor calidad de vida y seguridad, alcanzando así las metas propuestas. La técnica de se centra en la innovación que le daremos en el mercado para nuestro sostenimiento de INNOVA L.A.

Con responsabilidad social, brindando seguridad a nuestros clientes con un servicio sin perjuicio a la salud y a la integridad física, protegiendo el medio ambiente y brindando satisfacción en las labores que vamos a ejercer.

### MATRIZ DE DECISIÓN:

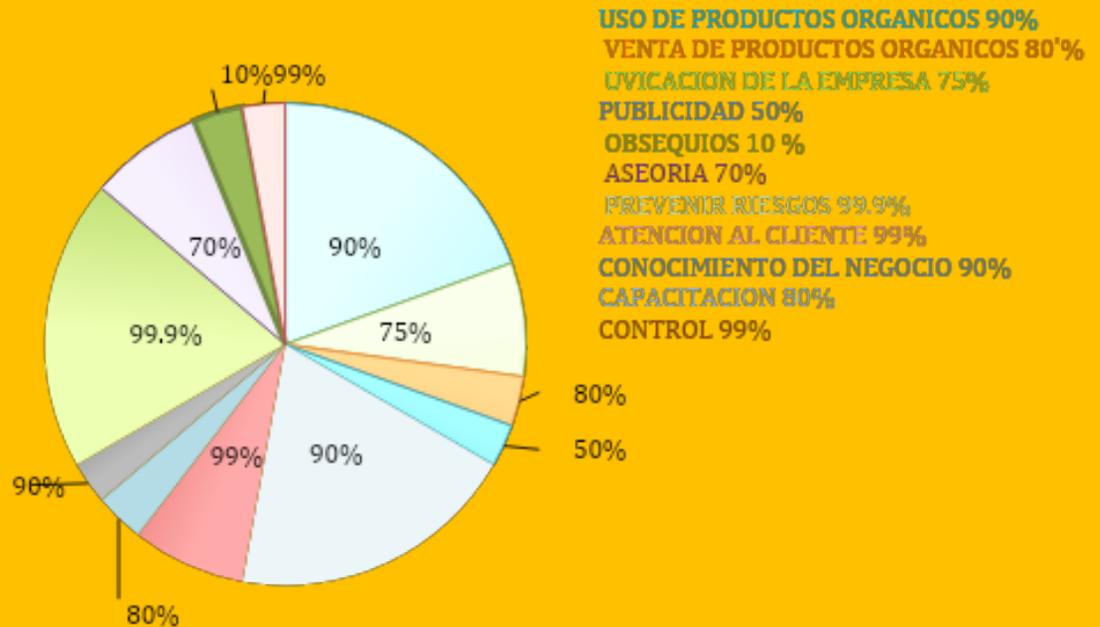
<b>Análisis externos</b>	<b>Análisis internos</b>
<b>Uso de productos orgánicos:</b> Para el cuidado del cliente	Decisión de cambio de uso de productos de químicos a orgánicos
<b>Venta de productos orgánicos al cliente:</b> Para mejorar ingresos económicos a la empresa	Nuevas capacitación sobre el uso de productos orgánicos
<b>ubicación de la empresa:</b> Por crecimiento de la misma y mejor rentabilidad	<b>Atención al cliente:</b> brindándoles un buen trato a nuestra clientela
<b>Publicidad:</b> para adquirir más clientela	<b>Capacidad de liderazgo:</b> tomar decisiones en momentos oportunos
<b>Obsequios:</b> estrategia para motivar al cliente para asegurar fidelidad	<b>Control y supervisión:</b> para mantener orden de la empresa
<b>Implementación de los horarios:</b> para mejorar el servicio a nuestros clientes atención citas telefónicas	<b>Prevenir riesgos:</b> llevando a cabo las instrucciones dada a realizar

**Asesorar al cliente:** sobre su cambio de imagen

**Conocimiento del negocio:** se busca la soluciones a los problemas que se den

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. Producto orgánicos	1 Generar empleo
2. Atención al cliente	2 Asesoramiento personal
3. Personal capacitado	3 Dar a conocer mejores productos
4. Ubicación del negocio	4 Aumento de ingresos
5. Horario de apertura amplio	5 RECONOCIMIENTO DE MARCA
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1. Contratación no formal	1. Competencias
2. Competencias	2. Precios bajos
3. Peluqueros no formales	4. Sitios ilegales
5. No haber personal capacitado	5 Peluqueros a domicilios
6. No tener constancia en capacitaciones	6 Peluquerías con mejor ubicación
7. No contar con los implementos adecuados de trabajo	

## GRAFICAS DE MATRIZ DE DECISION



### INNOVACION.

Nuestra innovación es estar en constante capacitación de nuevas tendencias en el mundo de la belleza, reinventarnos en el mercado basándonos en el cambio de nuevos productos orgánicos, para el uso y cuidado de nuestros clientes y que seamos reconocidos como empresa de belleza orgánica nos basaremos a nuestros productos orgánicos. En nuestra empresa se innovarán con maquinaria de última calidad, se basará en una atención a la cliente personalizada ofreciendo un trato agradable con personal profesional al momento del

servicio donde el cliente se sentirá seguro, de igual manera nos enfocamos en cambiar el uso de los productos tradicionales por productos orgánicos, con el uso de nuevos productos naturales para un cuidado mejor de nuestros clientes y así brindándoles asesoría de imagen y satisfacción y cuidado de su salud.

### **CLASES DE INNOVACIÓN**

- Reemplazar el uso de químicos por productos orgánicos naturales
- El cuidado estético de nuestro cuerpo a base de productos naturales
- Prevenir el envejecimiento de la piel con nuestros productos orgánicos
- Para nuestro salón implementaremos la venta de productos orgánicos
- En la ubicación donde está la empresa seremos pioneros en la implantación de productos orgánicos en nuestra peluquería

### **NECESIDADES HUMANAS**

- **Fisiológicas:** que la autoestima de nuestro cliente mejore visitándonos una y otra vez en respuesta al bienestar del servicio que le brindaremos para su belleza
- **Seguridad:** no poniendo el riesgo la salud de nuestro cliente
- **Social:** mantener nuestra relación y contacto con los clientes es nuestro lema asociado al

servicio brindado

- **Estima:** Hacemos que nuestros clientes se sientan bien en cuanto a su imagen lo cual se traduce a mejorar la confianza y seguridad interna en la persona.
- **Autorrealización:** A través del éxito y la satisfacción que sentimos de cubrir las necesidades del cliente cuidándole la salud y autoestima, brindándole un mejor servicio y calidad en el campo de la belleza



## LIMITACIONES Y FRUSTRACIONES DEL CLIENTE .

### LIMITACIONES Y FRUSTRACIONES

- Que nuestros clientes económica mente no les alcance para adquirir los servicios y compras de los productos.
- Adaptación al cliente del uso de nuevos productos, porque llevan mucho tiempo con el uso de los productos tradicionales.

- Que los clientes no se sientan seguro de hacer el cambio de productos de belleza
- Que lleven mucho tiempo con la compra de productos de muy bajo costos, y no quieran gastar un poco más de dinero para la compra de nuevos productos.
- Que el cliente no vea como beneficio para su salud el cambio de producto tradicionales por el uso de productos orgánicos.

- Factor económico
- Adaptación al cliente del uso de nuevos productos
- La competencia
- Personal poco calificado para el servicio
- Largos tiempos de espera
- Costo excesivo, calidad baja.

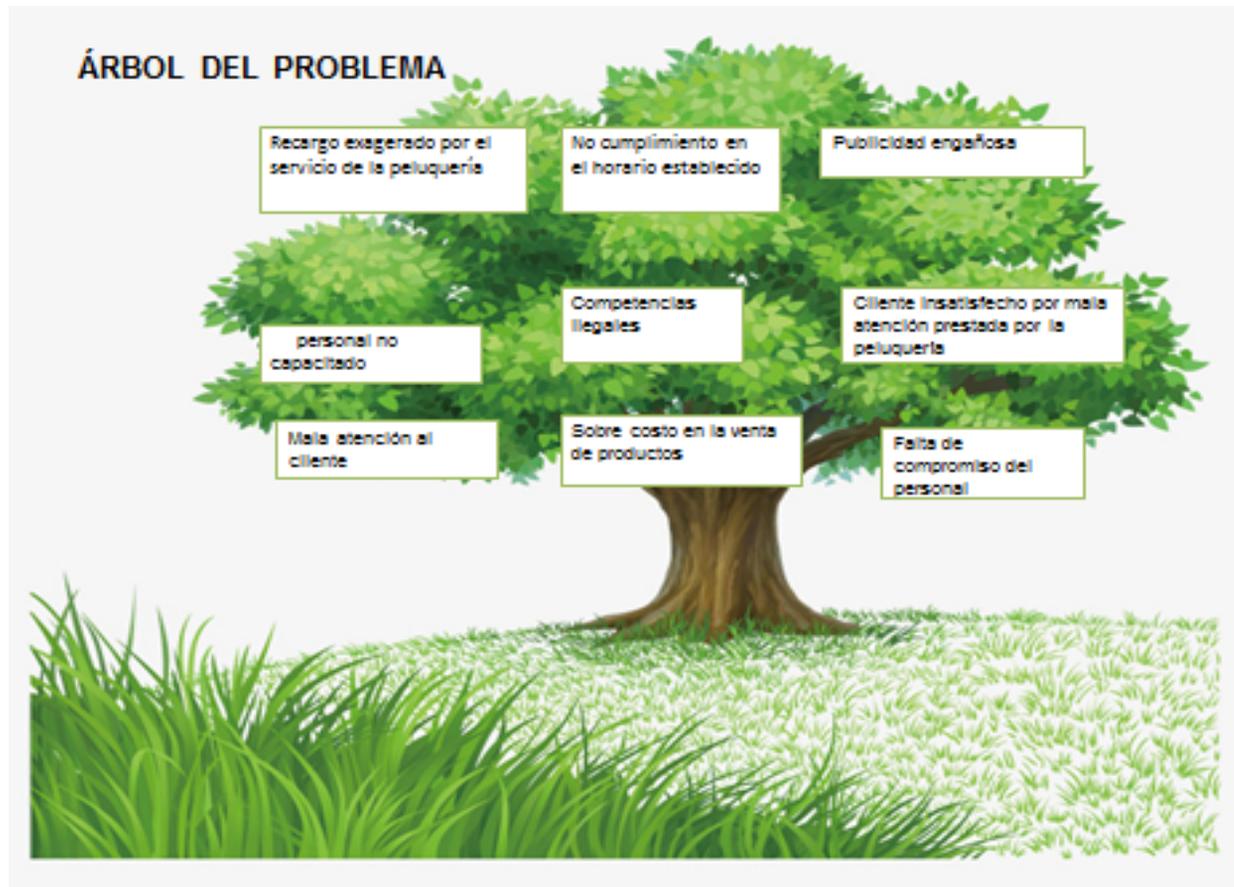
## **UBICACIÓN DEL PROYECTO**

El local estaría ubicado en la Calle 70 # 90-22 Barrio La Florida, Localidad Engativá (Bogotá). Se encuentra situada en una zona de gran influencia de público.



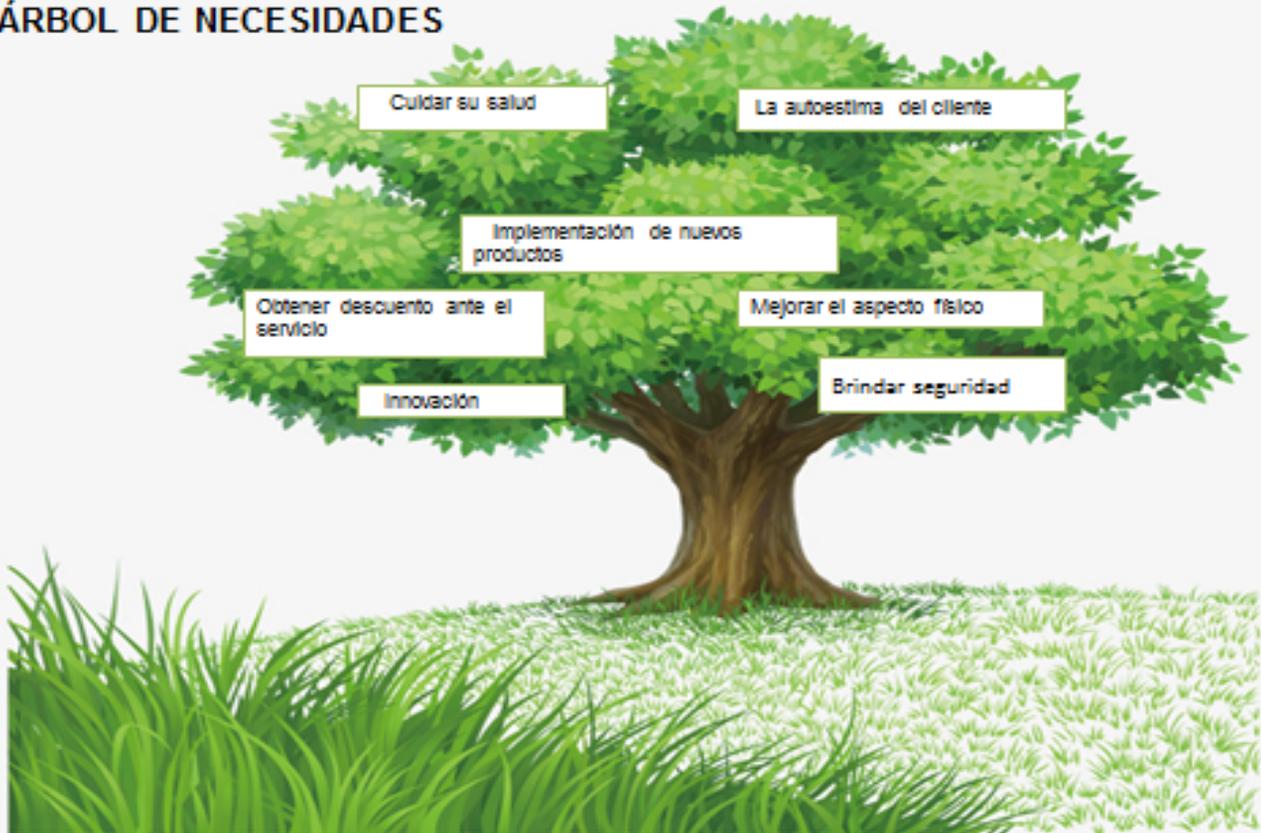
### **LIMITACIONES Y FRUSTACIONES QUE PUE DAN LLEGAR A TENER EN SUS PROYECTOS.**

- **Limitación:** La falta de equipos y herramientas para ejecutar nuestro proyecto, por falta del factor económicos.
- **Frustración:** no poder llevar a cabo nuestro proyecto a un corto plazo por requerimiento de maquinarias especiales y adquirir el producto requerido



- Árbol de problema de INNOVA L.A, nuestra problemática de nuestro esquema alrededor de la competencia como lo expresa el estudio mercado con las competencias ilegales debemos resolver la problemática con capacitación y estrategias basándonos en la segmentación del mercado

## ÁRBOL DE NECESIDADES



Árbol de la necesidad de INNOVA L.A ejercer a corto plazo nuestro proyecto, optimizando recursos viables para la empresa y así implementar tecnologías para una mejor calidad de emprendimiento en el mercado

## IDENTIFICACION DE LOS STAKEHOLDERS.

- **Stakeholders Primarios:** Proveedores de los productos orgánicos que nos ofrezcan la mejor calidad para el beneficio de nuestros clientes (L'Oreal, So'Bio étic, entre otros) en estos laboratorios certificados y avalados por (MINTIC) Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones y (COLCIENCIAS) Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación, se producen los mejores productos basados en la botánica orgánica.

Lo certificado es prenda de garantía para la empresa y sus clientes por eso el nivel de riesgo es bajo, genera confianza en los clientes

## BENCHMARKING

Nuestra empresa según el proyecto establecido, presenta ventajas comparativas con la competencia, pues nace de una serie de inquietudes de las personas que utilizan con frecuencia estos servicios y que en respuesta a sus inconvenientes consideran que es necesario contar con alternativas que permitan ante todo el bienestar en la salud, lo social, lo ambiental y lo personal, por eso esta es una alternativa de solución hacia quienes utilizan este servicio y en lo empresarial una oportunidad de conformar empresa con sentido social en bienestar de todos quienes la haría parte de esta.

## **ESTUDIO DE MERCADO.**

En el gremio de peluquería y estética ofrecen servicios similares. En un mismo local abarcan las actividades de asesoramiento y cuidado del cabello (corte, peinado, tinte, etc.) con actividades de estética (depilación, manicure, etc.).

Por ello, dado que esta empresa va a seguir las líneas generales que se dan en el sector de Bogotá, lo que nos va a diferenciar de los centros situados en esta misma zona ofreciendo calidad óptima. Basada a nuestro producto orgánico. Por medio del estudio de mercados identificaremos la segmentación de los clientes por edades, por necesidades, por innovación, por moda, por gustos, y así crearle las necesidades al cliente por medio del estudio que se ha realizado en el sector donde la empresa se encuentra ubicada.

**Para que sirva:** para analizar qué tan fuerte es la competencia y así llevar a cabo estrategias para mantenernos en el mercado innovando y con calidad de servicio y también conocer qué tipo de población vamos a encontrar y que requieran nuestros servicios.

Además, esperamos recibir permanentemente de nuestros clientes quejas, observaciones, sugerencias, alternativas e ideas que nos contribuyan a ser mejores así como a evaluar nuestros servicios prestados y la calidad de nuestros productos orgánicos. Marcando una diferencia en la competencia.

## **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación del proyecto INNOVA. L.A del ámbito de la belleza y de uso de nuevos productos orgánicos a realizar su implantación en el mercado y en el uso personal y estético de nuestro clientes, nos lleva a la innovación y estrategia de como implantarle la necesidad al cliente del uso de productos orgánicos , lo cual va dirigido a la segmentación de todo tipo de personas y de edades, por gustos, por innovación, por moda, de nuestros clientes, con mayor cobertura a las personas que han sufrido problemas causados por productos tradicionales que contiene aun alto nivel conservantes INNOVA L.A en la competitividad del mercado busca satisfacer las necesidades del clientes brindadores confianza y seguridad de los productos a base orgánica



## TAMAÑO Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO.

El objetivo es demostrar la viabilidad del proyecto, a realizar enfocarnos necesaria mente determinado el ámbitos geográfico y cuantificado potencial agrupando el mercado homogéneo y segmentación de la belleza con perfiles de clientes seleccionado, los nichos en lo que nos interesa posesionarnos y calcular su demanda potencial y de ventas, donde

analizaremos las motivaciones y comportamientos de compra de los clientes y sus necesidades luego se incluirá medidas de reflexión sobre la evolución y renovación futura que se espera del mercado para cubrir la necesidades que demande el cliente, y obtener cifras de mercado y así mismo comprender su evolución futura, en producción cuantitativa y evolución de gran importancia en el mundo de la industria de comercio y producción basándonos en la estadística de ventas y producción del mercado

## **COMPORTAMIENTO DEL MERCADO**

Comportamiento del mercado en el ámbito de la belleza de nuestro proyecto INNOVA L.A, en la investigación de la segmentación de los clientes se comporta en la variedad de edades niños, adultos, mayores de edad y a dolencia. se puede analizar y nos puede ayudar a proveer la evolución y el comportamiento de nuestra competencia, por la oferta y la demanda del mercado, en la implantación de nuevos productos orgánicos en el ámbito de la belleza capilar y estética. Aquí daremos cambios a las estrategias para nuestro éxito.

- **COMPETENCIA**

Para el análisis de la competencia será necesario analizar a las empresas que realicen los mismos servicios que esta empresa. Se distinguen dos

tipos:

- **Salones de belleza y peluquerías tradicionales**, que ofrecen los servicios que le son propios, y en el caso de las peluquerías complementan además su actividad con manicura y algo de estética.
- **Establecimientos más actualizados**. Este segmento es muy dinámico y atrae a un tipo de público que valora mucho el diseño, el estilo del establecimiento, la oferta de nuevas tendencias y donde convergen no sólo los nuevos profesionales que irrumpen en el mercado, sino también aquellos profesionales que tratan de estar al día.

Estimar el número exacto de empresas que supondrán la competencia directa para este negocio es complicado, ya que existen muchos centros de este tipo sin licencias y peluqueros/as que realizan estos servicios a domicilio y que suponen una gran amenaza.

Para tratar de concretar la competencia que va a tener el negocio en la ciudad de Bogotá, se ha optado por buscar el número de centros de peluquería y estética que aparecen en los principales directorios comerciales como las páginas amarillas.



<https://www.google.com.co/search?q=im%C3%A1genes+de+peluquer%C3%A0das+informales&tbm=isch&tbs=ring:>



## HYPERLINK

"[https://www.google.com.co/search?rlz=1C1GCEA\\_enCO791CO791&biw=1366&bih=657&tbm=isch&sa=1&ei=Clq5W63NB6mp5wKPo5KoBA&q=peluquerias+com+persolan&oq=peluquerias](https://www.google.com.co/search?rlz=1C1GCEA_enCO791CO791&biw=1366&bih=657&tbm=isch&sa=1&ei=Clq5W63NB6mp5wKPo5KoBA&q=peluquerias+com+persolan&oq=peluquerias)"



<https://es.wix.com/website/templates/html/business>

[https://www.google.com.co/search?q=imagenes+redes+sociales&rlz=1C1GCEA\\_enCO791CO791&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKewjp662u4-dAhUK11MKHYk-CVQQ7Al6BAgCEBs&biw=1366&bih=662#imgrc=hZaKBMbg\\_043PM](https://www.google.com.co/search?q=imagenes+redes+sociales&rlz=1C1GCEA_enCO791CO791&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKewjp662u4-dAhUK11MKHYk-CVQQ7Al6BAgCEBs&biw=1366&bih=662#imgrc=hZaKBMbg_043PM):

<https://www.google.com.co/search?q=imagenes+de+productos+organicos+para+el+cuidado+personal&tbm=isch&tbs=ring:https://desdeeltropico.co>

[m/productos-organicos-para-el-rostro](#)

---



*Este producto orgánico es utilizado en nuestro spa para*

*El cuidado del rostro y con el fin de evitar el envejecimiento de la piel Estos productos orgánicos los utilizamos al fin darle hidratación a la piel evitando deshidratación o envejecimiento de la piel*



Este tinte orgánico es el que utilizamos en nuestra sala de belleza para nuestros clientes ya que nuestra innovación de cambio de productos tradicionales por productos orgánicos como: los tintes, champús, tratamientos,



# REVIEW

**RECAMIER SALOON IN  
GREEN FOREST**

**TIPS: Cabellos Lisos, Rizados y afros**

**HAIR SMOOTH**

Este tinte touch de recamier, es por él se remplazó los tintes tradicionales por demandas de los clientes, para cuidado de salud porque, los productos con químicos están causando daños

## KERATIN ULTRA FORCE



Línea para fortalecer los cabellos débiles y maltratados con las propiedades de sus ingredientes activos: keratina y aceite de argán.



**Keratina:** Proteína principal del cabello, que inhibe los rompimientos estructurales del cabello, aumenta su resistencia y vitalidad



**Aceite de argán:** Nativo de Marruecos, el más poderoso nutriente e hidratante. Rico en Omega 3 y 6, vitamina E y otros ácidos grasos emolientes.

Estos productos, del proyecto a realizar, son orgánicos actos para el uso del cuidado de nuestros clientes, usándolos para el cuidado de su cabello aportándoles, reconstrucción de su fibra capilar, reparación integral del cabello daños, donde ha causado daño por los químicos. Tratamientos que requieren nuestros clientes portándoles mejores beneficios.

[https://www.google.com.co/search?biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&ei=ELC3W9H1G5CJ5wKqrJ2OBg&q=tratamientos+++de+recamier+organicos&oq=tratamientos+++de+recamier+organicos&gs\\_l=img.3...0.0.0.4176940.0.0.0.0.0.0.0.0...0...1c..64.img..0.0.0....0.3y2N-9Essgo](https://www.google.com.co/search?biw=1366&bih=662&tbm=isch&sa=1&ei=ELC3W9H1G5CJ5wKqrJ2OBg&q=tratamientos+++de+recamier+organicos&oq=tratamientos+++de+recamier+organicos&gs_l=img.3...0.0.0.4176940.0.0.0.0.0.0.0.0...0...1c..64.img..0.0.0....0.3y2N-9Essgo)



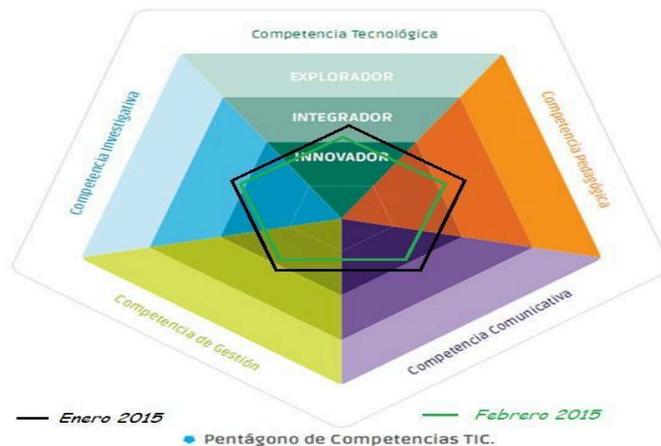
Estos productos son utilizados para nuestros clientes ya que son naturales y no afectaran la piel de nuestros usuarios. La cual previene las manchas en la piel, resequedad e irritación, estos productos son para todo uso personal

## LA IMPORTANCIA DE LAS TICS DENTRO DE UNA IDEA DE NEGOCIO

La importancia del uso de los tics y de nuevas tecnologías, y el uso para desarrollar nuevas modalidades de comunicación a través de las redes sociales el cual nos ha transformado en el mundo laboral convirtiéndose en elemento fundamental para que el desarrollo sea más productivo en el trabajo. Esto nos ayuda a que sean más eficaz la comunicación de las organizaciones con el entorno que se desarrolla mejorando el trabajo en equipo mayor productividad y darles una mejor visibilidad a los productos en el mercado

## ATREVES DE LAS TICS COMO PODEMOS COMERCIALIZAR Y DIFUNDIR NUESTRO PLAN DE NEGOCIOS

Nos basamos en las tecnologías implementadas por medio de los tics donde se le dará el uso adecuado para el crecimiento y el desarrollo de nuestros productos a vender, creándole asesoramiento personal a los clientes por medio de estas líneas dándole un buen uso a través de las tecnológicas y poder facilitar asesoramiento de imagen y ventas a los clientes



[https://www.google.com.co/search?q=pent%C3%A1gonos+de+las+tic&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjF5oOVrIHeAhXtw1kKHU3-D\\_cQsAR6BAgDEAE&biw=1366&bih=657#imgdii=5Sha6Kon0H\\_EmM:&imgrc=eaBuPm0pLJ5XKM](https://www.google.com.co/search?q=pent%C3%A1gonos+de+las+tic&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjF5oOVrIHeAhXtw1kKHU3-D_cQsAR6BAgDEAE&biw=1366&bih=657#imgdii=5Sha6Kon0H_EmM:&imgrc=eaBuPm0pLJ5XKM):

### **EL BIT DATA**

Estas redes son importantes por medio de ellas se obtiene grandes volúmenes de datos esturados y no estructurados por lo cual conoceremos datos de información para poder realizar y conlleva a nuestra empresa a tomar mejores decisiones y crear estrategias en volumen de la organización, en velocidad y en variedad y complejidad en mercado.

### **PÁGINAS WEB DE NUESTRO PROYECTO A REALIZAR INNOVA L.A**

Por medio de esta página siniestraremos información a los clientes de nuestro mercado de nuevos productos orgánicos, por medio de esta página nos permite brindar información, asesorías ventas de productos asesoramiento personal sobre su uso. Y estaremos subiendo nuestras oferta y innovación que se vayan realizando a través del tiempo.

## SELECCION DE IDEA DE NEGOCIO

<b>Análisis interno</b>	<b>Análisis externos</b>
Reinventarnos en el negocio nuevos productos orgánicos	Asesorara al cliente
Capacitar a los empleados sobre el uso de nuevos productos orgánicos	Ofrecerle a cliente los productos orgánicos para el cuidado de su salud
Cuidar la salud de los clientes	Implementación de productos orgánicos remplazando el tradicional (químico)
Medir y evaluar los resultados obtenidos	Retroalimenta oportunamente lo establecido en la empresa

## CONSTRUCTION DEL PENTAGON

- La segmentación del proyecto INNOVA. L.A del ámbito de la belleza y de uso de nuevos productos orgánicos a realizar su implantación en el mercado y en el uso personal y estético de nuestro clientes, nos lleva a la innovación y estrategia de como implantarle la necesidad al cliente del uso de productos orgánicos , lo cual va dirigido a la segmentación de todo tipo de personas y de edades de nuestros clientes con mayor cobertura a las personas que han sufrido problemas causados por productos tradicionales que contiene aun alto nivel conservantes INNOVA L.A en la competitividad del mercado busca satisfacer las necesidades del clientes brindadores confianza y seguridad de los productos a base orgánica

## **HIPÓTESIS DEL PENTÁGONO**

¿Quién es nuestros clientes y usuarios potenciales?

La segmentación del mercado va dirigido a todo tipo clientes y edades

¿Qué necesidades tienen?

El cambio de productos para mejor seguridad

¿Qué expectativa tiene ese usuario y clientes al usar un producto

Esperan buenos resultados al momento de usar el producto

¿Qué espera que ocurra cuando usa el producto

Que el beneficio ofrecido sea satisfactorio

¿Qué producto está usando actual mente para suplir esa necesidad?

Productos tradicionales

¿Qué problema inconformidad tiene el usuario con la solución actual?

La adaptación de productos

¿Cuánto invierte la solución actual?

Tiempo, adquisición y asesorías,

¿A través de que canales las adquieres?

Vos a vos, publicidad, redes sociales y entrevistas

¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad?

85%



## **MERCADO**

Análisis internos constructivos, materia prima, insumos, mercadeo comercialización de productos orgánicos

## **NECESIDADES**

Uso de productos orgánicos para la prevención de los riego, estéticos y capilar

## **BENEFICIOS EXPECTATIVOS Y RESULTADOS**

Aportando enriquecimiento capilar cuidado estético para mejorar la autoestima personal

## **SOLUCIONES ACTUALES**

Poder facilitar el acceso directo de la compra de los productos orgánicos, a un precio asequible para toda segmentación de mercado

## **LIMITACIONES CONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES**

### **1. OBJETIVO DE LA METODOLOGIA**

Suplir al cliente la necesidad de un mejor servicio y calidad brindándole oportunidad del cuidado de su cabello y mantenimiento personal y la autoestima.

### **2. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA**

Identificamos la oportunidad de implantar el uso y venta de productos orgánicos, cubriéndoles una necesidad a los usuarios de este segmento del mercado de belleza

### 3. **CÓMO IDENTIFICAR OPORTUNIDADES EN EL MERCADO**

Identificamos a nuestros clientes con un 80% que usaran nuestros productos orgánicos para cuidado personal haciéndolo rentable nuestro negocio.

#### **PREGUNTA CLAVE**



**¿El producto o servicio que ofrecemos suple Necesidades o supera las soluciones existentes?**

Los productos orgánicos se encuentra supliendo la necesidad y dándole la solución al problema previniendo la pérdida de cabello, irritación de piel reacciones alérgicas y resequedad de la piel.

**¿Habrán suficientes personas que compren el producto o servicio que se ofreceré**

Si debido al estudio de mercado que se realizó por medio de la entrevista se dieron los siguientes resultados del 99% donde los usuarios deciden la compra para la

utilización de los productos orgánicos por los beneficios que aportan por ser naturales.

Estos productos orgánicos están diseñados para toda clase edades como: adultos, adolescentes, niños, bebés. Donde nuestros clientes y públicos podrán encontrar variedades de precios de estos productos orgánicos, manteniendo su calidad. Este producto orgánico se ha constituido viable por sus beneficios, y el producto agregados a base de vitaminas A.B.D, minerales proteínas, colágeno, placenta y variedades de aceites naturales extraídos de los frutos. Para ayudar a agilizar el crecimiento y restauración total de su cabello y para el cuidado estético personal.

### **CICLO DE ADOPCION DEL PRODUCTO**

En este segmento del mercado es la adaptación del cambio de uso de productos tradicionales, por el uso de productos orgánicos brindándoles asesorías a los clientes del beneficio tienen estos productos para el cuidado de su salud.

### **PALABLAS CLAVE PARA ADOPCIÓN DEL PRODUCTO**

**INNOVADORES:** Son aquellos compradores que adquieren los productos orgánicos para su beneficio, porque pueden llegar a suplir la necesidad que tienen en el momento.

**MAYORÍA TEMPRANA:** Es el usuario y clientes como compradores que adquieren los productos de belleza orgánica para su necesidad.

**MAYORIA TARDÍA:** Son los compradores que modifican las soluciones que suplen su necesidad solo cuando es necesario.

**REZAGADOS:** Son los usuarios que no les interesa adquirir los productos innovadores o de última tendencia.

**USUARIOS TEMPRANOS:** Son aquellos clientes que están pendientes a la innovación de nuevos productos en el mercado de la belleza, para el cuidado de su piel, cuidado estético y personal.

### ILUSTRACIÓN 1 CICLO DE ADOPCIÓN DEL PRODUCTO



## **PRODUCTO MINIMO VIABLE:**

Nuestro producto viable se basa en una serie de respuestas de los clientes y necesidades del mercado, cuyo objetivo es poder darles una solución al problema. Por medio de las respuestas que se recolectaron en la población del mercado realizado, se logra unos resultados donde nuestro producto lo requieren por su bienestar a la salud y reducción a las enfermedades causadas por el uso de químicos, mientras que nuestro producto es a base orgánico lo cual son productos naturales extraídos de plantas y frutos. Así mismo hemos concluido después del estudio de mercado que nuestro producto es la solución al problema, en comparación, de que los químicos causaban pérdida del cabello, reacciones alérgicas, calvicie cognitivas, daños en la piel, resequedades en el cuero cabelludo, caspas etc. una serie de daños causados por el químico además aportando contaminación al medio ambiente. En cambio sucede lo contrario con los productos orgánicos estos aportan más fortalecimientos al cabello, obteniendo crecimientos en el cabello, más saludable dándole brillo y suavidad, y en lo estéticos estos productos orgánicos no producen ninguna reacción alérgicas por ser naturales, además es recomendado el uso de estos productos por los médicos por las constantes consultas de los pacientes por daños de los químicos, incluso a las mujeres embarazadas los médicos recomienda productos orgánicos ya que estos no causan ningún daño a la salud ni al bebe, además nuestro producto que llevaremos a cabo estos producto, los diferenciará de los otros productos con sus nuevos aporte de ingrediente como vitaminas, colágeno quina, calcio y variedades de aceites orgánico. A continuación les mostraremos imágenes de la diferencia de los productos, ventajas y desventajas y por qué nuestro producto orgánico es viable.



[https://www.google.com.co/search?biw=1242&bih=597&tbm=isch&sa=1&ei=uuTZW8TpB4ShzwLYjJiwDg&gs\\_ivs=1&q=im%C3%A1genes+de+reacciones+al%C3%A9rgicas+en+el+cuero+cabelludo+por+aplicaci%C3%B3n+de+tintes&oq=im%C3%A1genes+de+reacciones+al%C3%A9rgicas+en+el+cuero+cabelludo+por+aplicaci%C3%B3n+de+tintes&g](https://www.google.com.co/search?biw=1242&bih=597&tbm=isch&sa=1&ei=uuTZW8TpB4ShzwLYjJiwDg&gs_ivs=1&q=im%C3%A1genes+de+reacciones+al%C3%A9rgicas+en+el+cuero+cabelludo+por+aplicaci%C3%B3n+de+tintes&oq=im%C3%A1genes+de+reacciones+al%C3%A9rgicas+en+el+cuero+cabelludo+por+aplicaci%C3%B3n+de+tintes&g)





[https://www.google.com.co/search?q=im%C3%A1genes+de+cabellos+tinturados&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=5BXDO\\_f\\_qBaXcYM%253A%252CeLfMTaEXGAEM7M%252C\\_&usg=AI4](https://www.google.com.co/search?q=im%C3%A1genes+de+cabellos+tinturados&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=5BXDO_f_qBaXcYM%253A%252CeLfMTaEXGAEM7M%252C_&usg=AI4)

**TINTURAS TRADICIONALES Y SUS COMPONENTES:** Estos productos a bases de químicos, causan todo tipo de daños en el cabello y la piel como podemos ver, estos productos deben usarse con mucha precaución. Sus componentes son:

- Colorantes
- Amoniac
- Carbono de sodio
- Químico revelador
- Peróxido de hidrogeno
- Alcohol



- [https://www.google.com.co/search?q=im%C3%A1genes+de+tinturas&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiWxpaDhLHeAhXsqFkKHXUdDdMQ\\_AUIDigB&biw](https://www.google.com.co/search?q=im%C3%A1genes+de+tinturas&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiWxpaDhLHeAhXsqFkKHXUdDdMQ_AUIDigB&biw)



=1242&imgcr=aJXgkAJOGCy1ZM

**Tintes**

**orgánicos estos productos no causan ningún daño al cabello ni a la piel por sus componentes que son a bases de plantas y frutos naturales:**

- **BASE N TEXTURA DE GEL.** Enriquecido con aceites de extracto de oliva, sustituye a emulsionantes nocivos derivados del petróleo
- **SOLVENTES.** Alcohol desnaturalizado, derivada del grano de cebada y trigo
- **ALCALINIZANTES.** El agente alcalino no tiene riesgo para la salud es un compuesto orgánico que se encuentra en el aceite de coco, sustituye al amoniaco.
- **AROMATIZANTE.** Aceite, esencias de naranjas que además de aromatizar aporta brillo al cabello.
- **EMOLIENTES.** Aceite de jojoba, y aceite de resino, sustancia que se encarga de aportar un plus de hidratación y además son tratantes frente a enfermedades cutáneas como dermatitis, psoriasis, eczemas.



**ENTREVISTA:**

**1. COMPRA PRODUCTOS DE BELLEZA**

SI  NO

**2. CUÁLES SON LAS MARCAS QUE USAS O TIENE ALGUNA MARCA  
PREFERIDA**

MARCA PREFERIDAD

**3. DE QUÉ EDAD EMPEZÓ USAR PRODUCTOS TRADICIONALES**

15	18	25
----	----	----

**4. CONOCES LOS ELEMENTOS QUÍMICOS DE LOS PRODUCTOS TRADICIONALES**

Siempre	a veces	nunca
---------	---------	-------

**5. USAS ALGÚN PRODUCTO PARA EL CUIDADO DE SU PIEL**

Siempre	a veces	nunca
---------	---------	-------

QUAL

--

**6. CUANTO SUELE GASTAR POR LOS PRODUCTOS TRADICIONALES**

10.0000	
20.0000	
30.0000	
Max:	

**7. ESTARÍA DISPUESTO A UTILIZAR UN PRODUCTO ORGÁNICO PARA CUIDADO DE TU PIEL**

Siempre	no se	de pronto	no creo
---------	-------	-----------	---------

**8. ESTARÁ DISPUESTO A COMPRAR PRODUCTOS ORGÁNICOS DE BELLEZA**

--	--

SI NO

**9. DESEA CONOCER LOS BENEFICIOS QUE APORTAN EL PRODUCTO**

**ORGÁNICO**

SI

NO

**10 AL CONOCER EL BENEFICIO QUE APORTA EL PRODUCTO**

**ORGÁNICO CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGA**



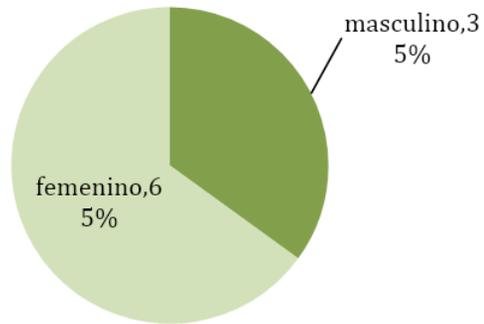


### IMÁGENES PROPIAS

genero	
masculino	femenino
7	13

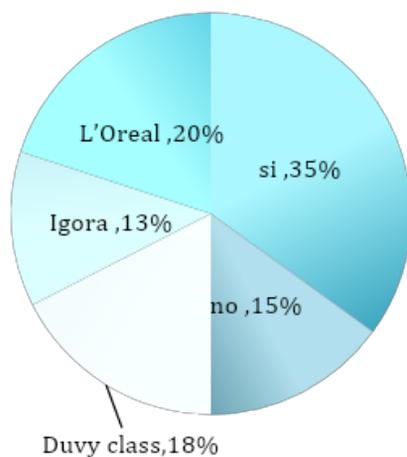
masculino	7
femenino	13

## GENERO



compras productos de belleza		cual es tu marca preferida				
					si	14
si	no	Duvy class	Igora	L'Oreal	no	6
14	6	7	5	8	Duvy class	7
					Igora	5
					L'Oreal	8

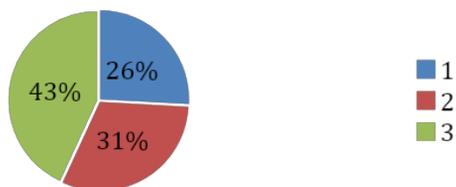
**COMPRAS PRODUCTOS DE BELLEZA Y CUAL ES TU MARCAS PREFERIDA**



de edad empezó usar productos de belleza		
15	18	25
6	5	9

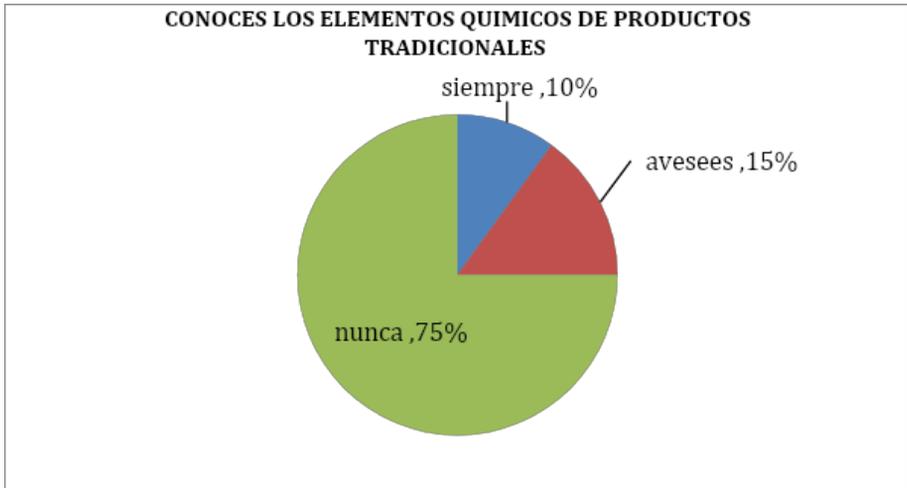
15	6
18	5
25	9

**DE QUE EDAD EMPESO USAS PRODUCTOS DE BELLEZA**



conoces los elementos químicos de productos tradicionales		
siempre	A veces	nunca

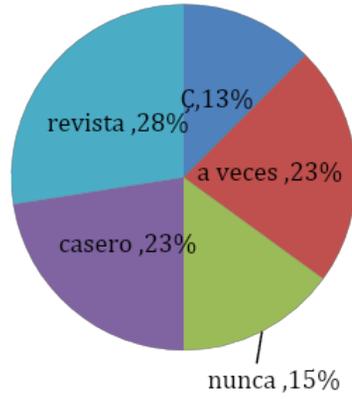
2	3	15
---	---	----



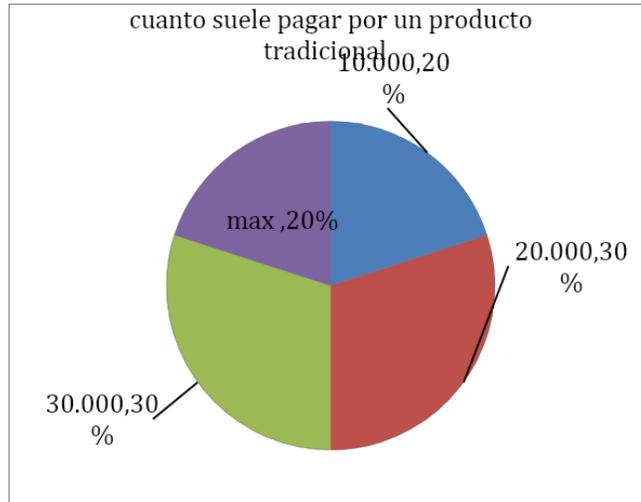
usas algún producto para el cuidado de su piel		
siempre	casero	revista
5	9	11

casero	cual
casero	revista
9	11

**usas algun producto para el cuidado de su piel**

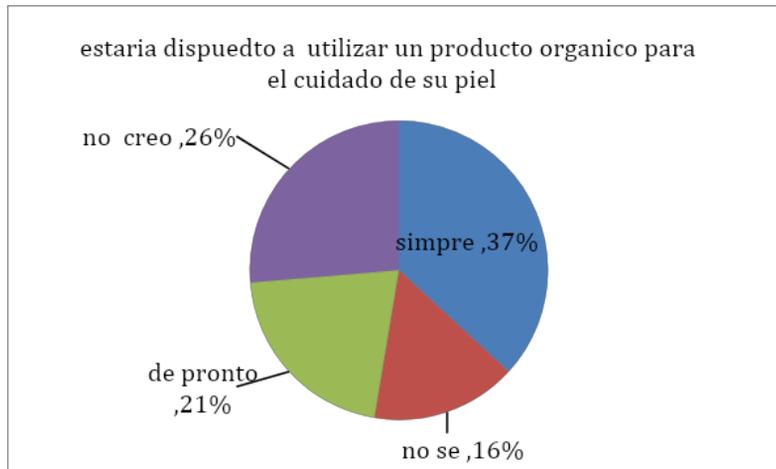


cuanto suele pagar por un producto tradicional			
10.000	20.000	30.000	Max
4	6	6	4

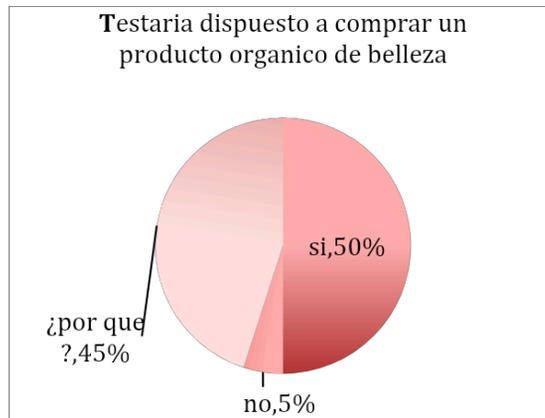


estaría dispuesto a utilizar un producto orgánico para el cuidado de su piel

siempre	no se	de pronto	no creo
7	3	4	5

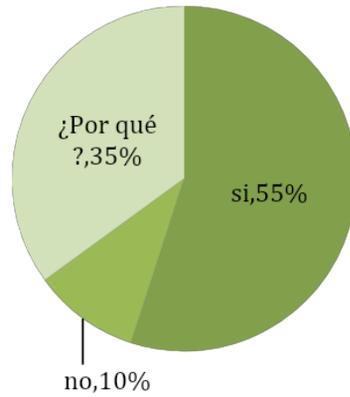


estaría dispuesto a comprar un producto orgánico de belleza		
si	no	¿Por qué?
10	1	9



desea conocer el beneficios que aportan los productos orgánicos		
si	no	¿Por qué?
11	2	7

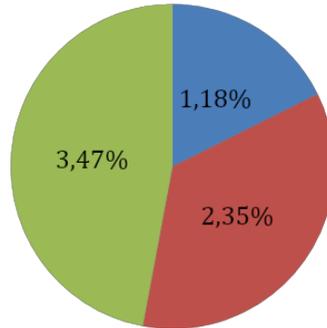
**¿Tídecea conocer el beneficios que aportan los productos organicos**



al conocer la importancia de un productos orgánico cuanto estaría dispuesto a pagar

15.000	30.000	40.000
5	9	6

conocer la importancia de un productos organico  
cuanto estaria dispuesto a pagar



### **CON QUE SOCIEDADES NOS VAMOS A IDENTIFICAR EN NUESTRA EMPRESA:**

- Sociedad limitada
- Nos permite a los propietarios contar con una empresa formalmente constituida y legalmente establecida, bajo el marco jurídico colombiano, contribuyendo así con la formalidad, generación de empleo y el aporte social para una mejor calidad de vida

**P E S T E L**

<p>Cumplimiento de la normatividad al establecimiento que se establezca por la dirección y administración de la peluquería y estética. Dándose cumplimiento también a las leyes que nos rige, como bioseguridad previniendo los riesgos.</p>	<p>Nos implantaremos hacia lo económico por medio de nuestro labor realizando cepillados, tratamientos estéticos , coretes ,tratamientos faciales tintes orgánicos y ventas</p>	<p>Aportaremos el cuidado de medio ambiente, y a lo ecológico con el uso de productos orgánicos reducciones toda clase contaminación</p>	<p>Dando uso a las redes sociales implementado ventas de productos orgánicos, y el servicio de asesoramientos por medio de la tecnología y así darnos a conocer más ampliamente en el mercado.</p>	<p>Aprovechando el ambiente ecológico que contribuyéremos a través de la reducción de contaminación usando los productos orgánicos</p>	<p>Ejerciendo nuestra labor, dándole cumplimiento a la ley siendo nuestra empresa legal mente constituida, siendo leal en la competencia del mercado</p>
--	---	--	--	--	--