

Modelo de negocio

NATURAL DIAPERS

CREACIÓN DE EMPRESA

Presentado por:

Mayra Angelica Valencia Lugo

Presentado a:

CRISTIAN CAMILO CHAVEZ

OPCIÓN DE GRADO 1

GRUPO 10104

Bogotá D.C.

2018

DESCRIPCIÓN BASICA

Este maravilloso producto que maneja bandas elásticas más grandes para generar comodidad cuyo diseños serán surtidos, este pañal de tela será compuesto por un material más delgado para que otorgue más flexibilidad. su mejora en cuanto a producto es que al encontrarse sucio el pañal genera un cambio de color esto con el fin de prevenir la pañalitis que le da a muchos bebés.

Por otro lado, se generaría un producto más cómodo, más económico y por supuesto un producto eco amigable.

Teniendo en cuenta que un pañal convencional, es decir desechable tarda entre 100 a 500 años en biodegradarse.

Un residuo orgánico como lo es la materia prima de nuestro producto tardaría aproximadamente entre a meses en ser biodegradado.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un pañal inteligente Biodegradable que prevenga la pañalitis y ofrezca comodidad y suavidad al usuario.

MARCO LEGAL

En el marco legal identificamos la documentación requerida para poder establecer y llevar a flote la idea de negocio mencionada.

Basados en la página <https://www.ccb.org.co/> de la cámara de comercio de Bogotá se concluye, que los siguientes son los documentos requeridos

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra.

Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad. Recomendamos cualquiera los siguientes.

Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

Este artículo parece más complejo de lo que en realidad es, se trata de procedimientos que están constantemente acompañados por funcionarios tanto de la DIAN como de la Cámara de Comercio, lo cual facilita la realización de los trámites.

B2C: *Business-to-Consumer* («del negocio al consumidor»).

- También se podría manejar de este modo directamente hacia el consumidor o cliente.

B2B: **Negocio a negocio** (del inglés *business-to-business*)

- Podrían generarse diferentes alianzas con otra empresa que realice pañales para así que podríamos lograr una alianza o Co-Branding

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA:

PETER DRUCKER, en su libro *the practice of management* de 1954, afirmaba que la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y que la cambie si es necesario. parte de su definición partió de la idea que los gerentes deben saber que recursos tiene su empresa y cuáles debería tener.

LAS 5 FUERZAS DE PORTER:

Por medio de este método se identifican las variables o presiones competitivas que podría tener el negocio.

1. Amanas de Nuevo's competitors:

Se maneja un mercado amplio, teniendo en cuenta que hay diferentes competidores posicionados

2. Poder de negociación de los proveedores

Hay varios proveedores que manejan este tipo de insumos así que se cuenta con gran variedad de opciones de calidad y de precio

3. Rivalidad entre los competidores actuales

este producto ofrece una capacidad de innovación, lo cual puede tornarse atractivo para el cliente

4. Poder de negociación de los clientes

Otorgar un buen producto, con un buen precio, este producto cuenta con varios sustitutos donde la opción que tenemos es manejar un buen producto con buenas calidad y a un costo razonable.

5. Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos sustitutos no es muy alta ya que este es un producto que ya está posicionado por unas marcas definidas

PROPUESTA DE VALOR

Este es un producto que busca no solo ser innovador, sino que también busca incursionar en el diseño de una nueva materia prima que busque primordialmente dejar la tala de árboles, ya que la cetina que es extraída de cada árbol es necesaria para la elaboración de un pañal y se necesita la tala de 5 árboles para la fabricación de un solo producto. Ahora bien, partiendo de que de 3 al 4% de la basura que sale de un hogar pertenece a pañales debido a esto buscamos una materia prima que suplante esta y que permita que el proceso de biodegradación.

En Colombia se producen 130.000 toneladas de piña al año estas generan bastantes residuos que no son usados. Las hojas materia prima tendrían un proceso de desfibrado que posteriormente obtendría las fibras. Actualmente esta fibra se hace de manera artesanal.

MERCADO META

Natural Diaper es un producto dirigido a personas de todo estrato social y a su vez de diferentes edades teniendo en cuenta que para ser padre no hay una edad determinada aun así podríamos aproximarlos en un rango de edades que oscilan de los 14 a los 45 años de edad como padres compradores del producto.

Teniendo en cuenta que la gran mayoría de personas usamos pañal en nuestra edad temprana

PREGUNTAS CLAVES

- ¿El producto que ofrecemos suplente necesidades o supera las soluciones existentes?

La respuesta es sí, teniendo en cuenta que un pañal es una necesidad básica en gran parte de los seres humanos, por otra parte hay veredas y pueblos alejados de donde no hay los suficientes recursos para comprar un pañal a un bebé o un niño.

- ¿Habrá suficientes personas que compren el producto o servicio que se ofrece?

Se considera, que al éste ser un producto de necesidad básica, si habrá clientes suficientes

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

lo que indica que la calidad del producto y los beneficios que este otorga a la sociedad deben superar las expectativas de un producto ya existente.

1. CICLO DE ADOPCIÓN DEL PRODUCTO

Se considera que este producto puede tener mayor acogida por los clientes innovadores y los de mayoría temprana de la siguiente manera:

- **cliente innovador-** Ensayalo

Los clientes innovadores que buscan probar nuevos productos cuya primera experiencia es la base fundamental para que este se vuelva un cliente fiel al producto, se considera que la población que oscila de los 14 a los 30 años de edad son en su mayoría de este perfil de cliente para el producto.

- **Mayoría Temprana-**permanece con la manada

Lo cual indica que los clientes de Mayoría temprana se encontraron entre el rango de 30 a 45 años de edad, este tipo de cliente depende mucho de la percepción de otros, del como la gran parte del círculo social al que pertenece utiliza el producto esto le dará a el mas seguridad de probarlo y posteriormente le llevará a fidelizarse con la marca.

PENTÁGONO

A Partir del pentágono se busca identificar el segmento de clientes a los cuales les interesara la solución del PAÑAL INTELIGENTE que se propone.

NECESIDADES:

Se considera, que al éste ser un producto de necesidad básica, si habrán clientes suficientes lo que indica que la calidad del producto y los beneficios que este otorga a la sociedad debe superar las expectativas de un producto ya existente.

BENEFICIOS O EXPECTATIVAS:

- este es un producto que se puede comprar en cantidad o por unidad
- Se encuentra variedad de precios

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

- hay varias marcas como pequenín. winny, huggies
- Es práctico aun te un pañal de tela convencional por que se puede chuzar al niño con los ganchos nodriza
- se consigue en cualquier parte
- Son los pañales reutilizables, la piel del bebé respira mejor, no se calienta tanto y no sufre tanto roce en comparación con los pañales de un solo uso.
- En cuanto al costo de los pañales que utilizará un bebé a lo largo de dos años y medio, el de los desechables oscila entre 1.800.000 Anuales.
- mientras que en el caso de los de tela puede ser entre 200.000
- Además, los pueden usar varios bebés.

SOLUCIONES ACTUALES:

qué soluciones compran o contratan actualmente?

Actualmente los posibles clientes usan la gran mayoría pañales de marca WINNY, PEQUEÑIN, HUGGIES seguidos por marca genérica y por los pañales de tela.

LIMITACIONES, INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES:

Teniendo en cuenta que para un cliente es difícil amoldarse a un nuevo producto se considera que parte de las frustraciones con las que puede sentirse identificado el mercado meta son las siguientes.

- El pañal pica
- Precio elevado
- su presentación
- Incómodo
- Difícil de adquirir

MERCADO:

Geográfica: Localidad 4 de san cristóbal sur-(Barrio primero de Mayo)-



Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

Localidad de san Cristóbal que tiene un aproximado de 7.980.001 personas, Bogotá para iniciar posteriormente, enfocarlo más a nivel Bogotá y sus alrededores y aun futuro Colombia es decir a nivel nacional

Demográfica: Nuestro producto va dirigido a Mujeres y Hombres padres de familia en un rango de edad aproximado de 14 a 45 años.

Psicográfica: Nos gustaría ser la primera opción de compra para los universitarios, trabajadores y gente del común, teniendo en cuenta la cantidad de beneficios que otorga nuestro pañal natural e inteligente.

Socioeconómicos: Se proyecta atacar a todos los estratos sociales sin ninguna excepción teniendo en cuenta que nuestro producto es de necesidad básica

IDENTIFICAR EL MERCADO

Aplico 30 encuestas sin embargo entiendo que la muestra es la siguiente 385 la cual es el resultado de aplicar la siguiente fórmula que es para hallar la población., teniendo en cuenta que numero de muestra o población de la localidad de san Cristóbal es de 7.980.001

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

ENCUESTA PARA CONSUMIDORES

FECHA:

Bienvenidos a participar en la siguiente encuesta.

Nombre:

Teléfono:

Género F M

OBJETIVO: Determinar si la marca Natural Diapers es de interés en el Barrio 1 de mayo de la localidad 4 de San Cristóbal.

INSTRUCCIONES:

MARQUE CON UNA X CUANDO SEA NECESARIO O ESCRIBA TEXTO SI SE LE PREGUNTA SU OPINIÓN.

1.¿Usted compra pañales para su hijo? 1.1SI 1.2NO

2.¿Le gusta que en nuestro país hubiese un (Pañal Eco amigable, hecho de fibra de hoja de Piña) que cambie de color cuando esté sucio para prevenir la pañalitis del bebe?

2.1 SI

2.2NO

3.¿Cuál de estas marcas es la que más utiliza?

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

(4.1)Winny	(4.3)Pampers	(4.5)Hogues
(4.2)Pequeñin	(4.4)Babysec	(4.6)Genérico

4..Que es lo que más le gusta de la marca y del producto?

5.Que es lo que no le gusta del producto?

6. ¿cuándo usted compra un pañal, ¿cuáles son los aspectos que más le interesa encontrar en él?

(7.1) Que sea colorido y cuente con diferentes diseños	(7.3) que cuente con un buen Valor	(7.5) que pueda comprarlo en cualquier lugar
(7.2) que sea cómodo para él bebe	(7.4) tenga buenas cualidades	(7.6) que cuente con Garantía

7. ¿Aproximadamente cuántas personas en su familia tienen al menos 1 bebe en casa?

(4.1) Ninguno	(4.3) de 1 a 3	(4.5) de 4-6
------------------	-------------------	-----------------

8. ¿Le interesaría Comprar un pañal que ayudé al medio ambiente y logre biodegradarse en menos tiempo que los pañales normales?

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

9. ¿Cuántos pañales gasta semanalmente?

10. ¿Dónde los compra?

11. ¿Cuánto dinero destina para comprar una paca de pañales?

12. ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por 1 pañal?

13. ¿qué le gustaría encontrar en un pañal?

14. ¿Si una marca nueva de pañales, le envía a su casa una muestra usted la usaría y la probaría?

14.1SI 14.2NO

15. ¿Estaría dispuesto a cambiar su marca favorita de pañales, por una marca nueva?

15.1SI 16.2NO

16. ¿Por qué?

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

17. ¿Le hablaría a sus conocidos de este nuevo producto?

18.1SI 18.2NO

19. ¿Por qué?

20. ¿qué tipo de empaque considera es el apropiado para un pañal?

21. ¿por qué?

22. ¿Qué opina del siguiente nombre para la marca nueva de pañales "NATURAL DIAPER"

23. ¿NATURAL DIAPER tiene el siguiente logo le gusta?

23.1SI 23.2NO

24. ¿por qué?

25 ¿Que Slogan considera es el apropiado para este producto?

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA POR PREGUNTA:

1. Para esta pregunta la gran mayoría respondieron Si, teniendo en cuenta que la mayoría de veces quien compra los pañales en el hogar es la madre
2. Para esta pregunta el total de los encuestados respondieron SI, frente a si les gustaría un pañal Eco-amigable.
3. Se arrojaron los 3 grandes competidores directos: estos son Huguies, Winny, pequeñin
4. Se arrojó el dato de que los usuarios lo que más buscan en un pañal es comodidad y suavidad
5. Se evidencia la necesidad de un producto con un buen precio
6. se arroja que lo que a los usuarios en definitiva no le gusta del producto que usa actualmente es el precio tan costoso
7. Se arrojaron los siguientes datos en cuanto a que quiere encontrar en un pañal.
 - Cómodo
 - Buen precio
 - Que tenga buen acceso
 - Buenas cualidades en el producto

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

- Garantía
- Colorido

8. En una familia de 2 a 5 personas tienen un bebé

9. Se arroja el dato de que las cualidades de Natural Diaper son interesantes y atractivas para los encuestados.

10. un bebé gasta aproximadamente 5 pañales diarios y 150 mensuales para un total de 1.800 Anuales

11. Se arrojaron los siguientes lugares donde normalmente se compran los pañales.

- Almacén de cadena
- Droguería
- Pañalera
- Tienda de barrio

12. el dinero que se destina para una paca de pañales es de:

- 30.000
- 40.000
- 50.000

13. las personas estarían dispuestas a pagar por un pañal con las características de Natural Diaper

- 30.000
- 25.000
- 20.000
- 15.000

14. Las características que busca un usuario en un pañal son:

- Comodidad
- Perduración
- Absorbente
- Colores y motivos

15. El cliente con gusto probaría un pañal de la marca

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

16 y 17. El usuario si estaría dispuesto a cambiar su producto desechable convencional, porque ofrece un beneficio en cuanto a la economía del hogar y sus cualidades son atractivas

18 y 19. Se da la afirmación de que se recomienda el producto, si luego de probarlo se evidencia la calidad.

20 y 21. se considera que el empaque apropiado para el pañal es biodegradable, porque de este modo se ayuda al medio ambiente.

22. Para los encuestados el logo denota ternura y también expresan que es novedoso.

23. Se arroja el dato de que el nombre de la marca no gusta, la mayoría de personas prefieren un nombre mas pegajoso, corto y con más referencia a la actividad de la empresa.

24. El slogan que sugirió la gente encuestada es Colitas y Colitas, donde sustentas que es pegajoso y tierno

ANALISIS GENERAL:

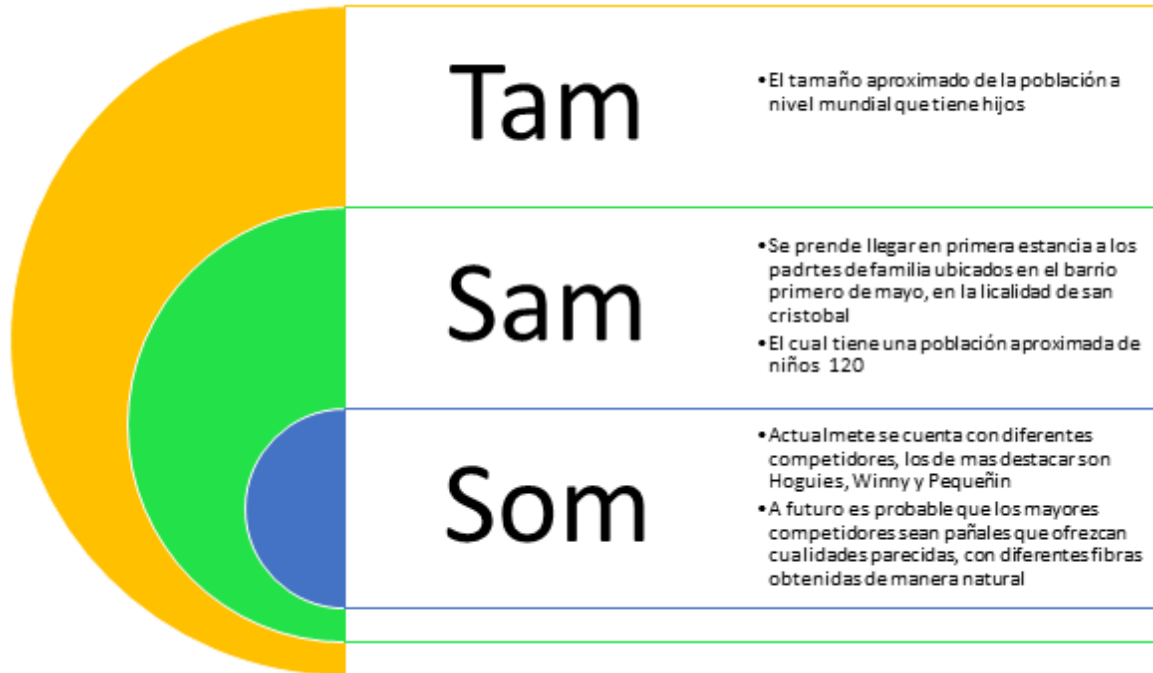
Concluyo luego de la encuesta con los datos arrojados, se hace una invitación a realizar el cambio del nombre del producto ya que este no arrojó datos positivos, se evidencio la necesidad de un producto eco amigable y de la gran aceptación del mismo, también se llegó a la conclusión de que el logo de la empresa gusta porque es tierno y novedoso, se recomienda manejar un precio aproximado de 15.000 a 20.000.

ENTREVISTAS

Concluyó luego de la entrevista realizada y según los datos arrojados con la familia Galindo Meza ubicada en el barrio 1 de Mayo, la necesidad de tener un producto de necesidad básica que no genere mucho gasto a la familia y también se evidencio la

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

importancia de un producto con las cualidades de natural diaper



MISIÓN:

NATURAL DIAPER: es un pañal inteligente que busca satisfacer no solo la necesidad básica que ofrece, sino que también busca generar conciencia frente a los productos Biodegradables promoviendo así el uso de productos que biodegrade en menos tiempo y que no generen tanta contaminación.

VISIÓN:

la visión principal es incursionar en diferentes localidades de Bogotá, posteriormente ciudades y en un futuro países.

VALORES:

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

Se hallan los valores con ayuda de la taxonomía bloom diseñada por diseñada por Benjamín Bloom en 1956 cuyo objetivo es evaluar basado en las siguientes tres áreas principales:

1. Cognitiva: ¿Cómo procesamos la información?
2. Afectiva: ¿Qué papel juegan las emociones en el proceso de enseñanza-aprendizaje?
3. Psicomotora: ¿Cómo intervienen nuestras habilidades corporales y emocionales en el desarrollo como personas?

Donde se quieren resaltar los siguientes valores, que la compañía considera importantes.

Amor		Diseñar	Para la empresa es importante marcar la diferencia con un producto que ofrezca garantías, que sea diseñado con amor de manera íntegra que busque la excelencia en el mercado a través de la transparencia, la calidad y sobre todo la integridad con un manejo adecuado del valor, un precio justo y razonable
Integridad		Innovar	
Tolerancia		Optimizar	
Calidad		Diferenciación	
Honestidad		Constituir	
Compromiso		Excelencia	
Responsabilidad		Generar	
Transparencia		Incentivar	
Equidad		Construir	
Trabajo en equipo			
Pasión			

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

PESTEL:

Nos basamos en la herramienta PESTEL que ayudará a describir el entorno actual en general. Este análisis se realizará al estudiar los factores políticos, económicos, socio culturales, tecnológicos, ecológicos y legales de la siguiente manera.

este acrónimo se utiliza para analizar el contexto y el entorno en el cual se va a mover el negocio.

P	político: <ul style="list-style-type: none">● DECRETO 0863 DE 1988 (mayo 5) por el cual se reglamenta el Decreto - Ley número 3466 de 1982, en cuanto a la fijación de precios, y se dictan otras disposiciones. literal e. Los de uso doméstico como betún, papel higiénico, pañales desechables, detergentes, pilas para radio● MINISTERIO DE SALUD DECRETO NÚMERO 1545 DE 1998 (4 AGOSTO 1998) Por el cual se reglamentan parcialmente los Regímenes Sanitario, de Control de Calidad y de	+	-
----------	--	---	---

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

	Vigilancia de los Productos de Aseo, Higiene y Limpieza de Uso Doméstico y se dictan otras disposiciones como lo son Bactericida, calidad, Productos absorbentes en higiene del cuerpo		
E	<p>económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución 16562 del 14 de abril del 2015 donde la Superintendencia de industria y comercio impone sanciones por influenciar en los precios de venta los distribuidores de productos. 	+	
S	<p>socio cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se evidencia que se están generando cambios de compra, frente a productos de alta contaminación. 	+	
T	<p>tecnológico:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La utilización de maquinaria de tecnología de punta 	+	-
E	ecológico:	+	

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

	<ul style="list-style-type: none">● El proceso de formulación de la Política Pública de Eco urbanismo y Construcción Sostenible se está llevando a cabo mediante un trabajo interinstitucional (Secretaría Distrital de Planeación- SDP,Secretaría Distrital de Ambiente- SDA y Secretaría Distrital de Hábitat SDHt), en el marco de lo establecido en el Acuerdo 489 de 2012 “Por el cual se adopta el Plan de Desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C 2012-2016 Bogotá Humana”.●● Lo anterior, con el objeto de contar con una base conceptual y un modelo de urbanismo y construcción sostenible que sea capaz de generar alternativas políticas y técnicas,		
--	--	--	--

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

	<p>definidas desde criterios de sostenibilidad, que trascienden a las disposiciones de los gobiernos y que se conviertan en decisiones que definan el futuro de la ciudad en términos de la calidad de vida de sus habitantes, del ambiente y en general del mejoramiento de las condiciones de su zona de influencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • • 		
<p>L</p>	<p>legal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En cuanto al marco legal se considera que hace falta un política de sostenibilidad ecológica a nivel mundial, donde se le exija a las empresas productoras de pañales desechables, impuestos ya que la contaminación con el volumen excesivo de pañales a nivel mundial es 	<p>+</p>	

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

	exagerado.		
--	------------	--	--

SUSTITUTOS QUE PUEDE TENER EL PRODUCTO:

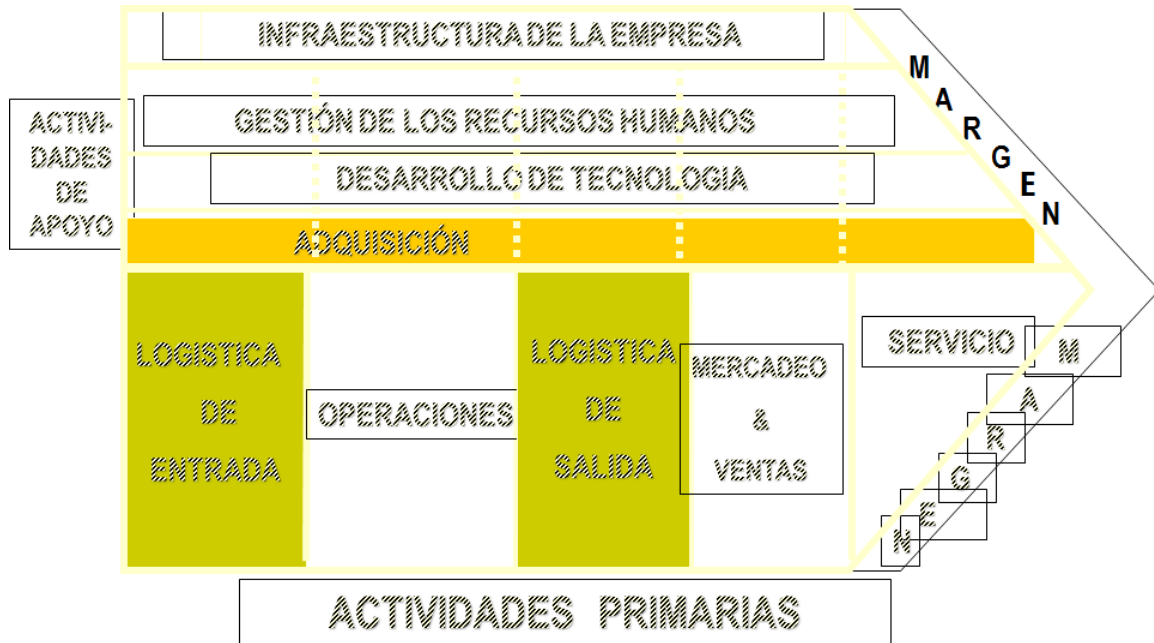
Este producto puede ser sustituido por el pañal de tela convencional, pero su competencia real serían los pañales hechos con fibra de bambú cuyo fin es similar



CADENA DE VALOR

se utiliza La cadena de valor esta es una herramienta propuesta por Michael Porter en su libro “**la ventaja competitiva**” y es una poderosa herramienta de análisis para planificación estratégica, la cual es aplicada de la siguiente manera:

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS



- **LOGO / NOMBRE+FRASE QUE DESCRIBA LO QUE HACE**

Nombre:

NATURAL DIAPER

Logo:

Logo o logotipo:

Una piña que porta un pañal, esto hace referencia a la materia prima o del pañal ecológico, como lo son las hojas de la piña.

Para poder escoger sus Colores hubo que remitirse a la psicología del color:

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

BLANCO	Pureza, inocencia, optimismo, frescura, limpieza, simplicidad
NARANJA	Calidez, entusiasmo, creatividad, éxito, ánimo
AMARILLO	Energía, felicidad, diversión, espontaneidad, alegría, innovación
VERDE	Naturaleza, esperanza, equilibrio, crecimiento, estabilidad, celos
AZUL	Libertad, verdad, armonía, fidelidad, progreso, seriedad, lealtad
GRIS	Paz, tenacidad
NEGRO	Silenció, sobriedad, poder, formalidad, misterio

Slogan:

- COLITAS Y COLITAS

CANALES

- Considero que un buen canal de comunicación es la pauta en radio teniendo en cuenta que una pauta televisiva es mucho más costosa una pauta publicitaria en TV sin olvidar que esta es una muy buena opción para más adelante.
- Para realizar la distribución es necesario tener en cuenta no solo la distribución de la materia prima, sino del traslado de los pañales a su lugar de exhibición.

ACTIVIDADES CLAVES

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

- Garantizar la producción de la planta de energía (se cotiza por el portal web de MercadoLibre una planta la cual se encuentra con diferentes valores y con diferentes funciones).

ALIADOS/PROVEEDORES

Se piensa que como aliados se pueden incluir a diferentes marcas como lo son pequeñín y Winny y a su vez empresas como tecno química que se encarga de la distribución de productos anti pañalitis.

PROPUESTA GRÁFICA DE MARCA

EMPAQUE

Su empaque que utilizara es una bolsa de material re utilizable de este modo se ayudará con el medio ambiente y a su vez ella podrá ser utilizada en cada uno de los hogares de los consumidores.

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS



EMPRESA QUE PRESTARÁ EL SERVICIO

Natural Diapers la empresa fabricante de nuestro producto, puesto que tiene estándares de alta calidad lo cual brindará al cliente seguridad para adquirir el producto, también garantizando que sea eco-sustentable innovando en el mercado.


La idea no solo busca bajar el índice de tala de árboles, prevenir pañalitis en bebés, sino que también se busca generar un producto mejorado con altos estándares de calidad y por supuesto con un costo mucho menor.

Logrando que tanto la compañía como los clientes se sientan satisfechos por consumir el producto y ayudar el planeta. Para la fabricación del empaque se establece un contrato con fábricas eco-amigables puesto que tiene un factor de fabricación más meticuloso y especial para lograr el objet

DOFA:

se realiza el respectivo análisis DOFA la cual es utilizada como herramienta de estudio de la situación de NATURAL DIAPERS , PARA DE ESTE MODO ANALIZAR LAS las características internas y por supuesto la situación externa de la compañía.

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none">● Producto diseñado para ser Biodegradable● Se busca el bienestar del niño, por que previene la Pañalitis		<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none">● Clientes en busca de productos que no afecten tanto al medio ambiente
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">● Los clientes están acostumbrados al producto que hay actualmente● Desconocimiento del comportamiento y procesos de la Hoja de piña		<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none">● Otras marcas con las que compite● La adaptabilidad del cliente frente al producto

CONCLUSIONES

Modelo de negocio: NATURAL DIAPERS

Se concluye que el nombre que fue seleccionado para la idea de negocio no resulta muy atractivo para el consumidor, se hace la invitación a realizar un sondeo para modificar el nombre.

BIBLIOGRAFIA

http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos_paginas_2014/04_perfil_san_cristobal-_segunda_version_dic16.pdf