

CREACIÓN DE EMPRESA

COMPAÑÍA *Liz G Beauty*



JEIMMY LIZETH GALVIS TÉLLEZ

Tecnóloga en Negocios Internacionales

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIO CUN

PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES

OPCIÓN DE GRADO 1 – CREACIÓN DE EMPRESA

Bogotá, Colombia

2017

1. TABAL DE CONTENIDO

1. TABLA DE CONTENIDO.....	2
2. RESUMEN.....	3
2.1 Palabras Claves.....	3
3. ABSTRAC.....	4
3.1 Keywords.....	4
4. JUSTIFICACIÓN.....	5
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA - COMPAÑÍA <i>Liz G Beauty</i>	6
5.1 ¿Quién tiene el problema?.....	6
5.2 ¿Cuál es el problema?	6
5.3 Consecuencias:	6
6. PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES.....	7
7. TABULACION DE ENTREVISTA.....	8
8. DATOS A DESTACAR.....	9
9. ACCIONES DE MEJORA - PROPUESTA DE VALOR DE COMPAÑÍA.....	10
10. REFERENCIAS.....	11

2. RESUMEN

Planteamiento de una problemática de un segmento determinado, con el objetivo de solucionar, generar satisfacción y alternativa de negocio rentable con propuestas de valor innovadoras, en relación al mercado y las necesidades, el contexto y por parte de los consumidores objetivos. En el planteamiento del problema se establece por las dificultades que aquejan a mujeres las cuales laboran en oficinas y como rutina diaria utilizan maquillaje (povos compactos), lo cual genera algunas implicaciones e inconformidad en el manejo de los residuos que este tipo de productos posee y el impacto que a largo plazo puede llegar a ocasionar el uso de estos productos sin las debidas infamación, como medidas de mejora se establece y propone la implementación de la micropulverización en la fabricación del producto como facilitador, de mejorar la calidad de los povos compactos que en la actualidad se manejan en el mercado Colombia y ser una de las compañía a la vanguardia en la industria cosmética y general un impacto entre el consumidor y competitividad en el sector.

2.1PALABRAS CLAVES: Innovación, competitividad, objetivo, segmento de mercado, vanguardia, producto, planteamiento, consumidores, industria cosmética, fabricación, calidad.

3. ABSTRACT

Presentation of a problem of a specific segment, with the objective of solving, generate satisfaction and profitable business alternative with innovative value propositions, in relation to the market and the needs, the context and by the objective consumers. In the approach of the problem is established by the difficulties that afflict women who work in offices and as a daily routine use makeup (compacts), which generates some implications and nonconformity in the waste management that this type of products owns and The impact that in the long term may lead to the use of these products without the proper infamation, as improvement measures is established and proposes the implementation of micropulverization in the manufacture of the product as a facilitator, to improve the quality of compact powders that Currently are handled in the Colombia market and be one of the company at the forefront in the cosmetic and general industry an impact between the consumer and competitiveness in the sector.

3.1 KEYWORDS: Innovation, competitiveness, objective, market segment, cutting edge, product, approach, consumers, cosmetic industry, manufacturing, quality.

4. JUSTIFICACIÓN

Pensamos que mediante el análisis detallado y perfilación de clientes de un segmento determinado el cual posee una problemáticas y la solución del mismo es idea de negocio innovadora, así como la indagación acerca del comportamiento del mercado cosmético, las necesidades del cliente, el contexto, entre otros factores determinantes para establecer una dimensión del sector y qué posibilidades tiene la solución propuesta en consolidación del proyecto, las acciones a encaminar y las alternativas que la compañía posee en el sector cosmético de Colombia.

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA - COMPAÑÍA *Liz G Beauty*

Las mujeres las cuales laboran en oficinas, las cuales utilizan productos de maquillaje (povos compactos) diariamente, los cuales en su aplicación sueltan bastantes residuos ocasionando accidente en la ropa o al contacto, adicionalmente le dan un aparecía nada natural al rostro, de mascara o acartonamiento, ocasionando a largo plazo líneas de expresión y envejecimiento prematuro, acné por no permitir que los poros de la piel respiren adecuadamente.

5.1 **¿Quién tiene el problema?:** La mujeres las cuales trabajan en oficinas de la ciudad, las cuales utilizan maquillaje para rostro (polvo compacto), a aun bajo precio.

5.2 **¿Cuál es el problema?:** Al momento de maquillarse y con la utilización de los povos compactos que actualmente se manejan en el mercado, los cuales no brindan la apariencias de “piel natural” sino por el contario dejan un acabado de mascara o “pañete” en el rostro, adicionalmente la gran cantidad de residuos que este tipo de productos deja en la ropa o al tocar la piel.

5.3 **Consecuencias:** Al utilizar este tipo de maquillaje, se puede ocasionar a largo plazo líneas de expresión y envejecimiento prematuro por no permitir que los poros de la piel respiren adecuadamente, la apariencia de un rostro acartonado por las densas capas de maquillaje que se reflejan en el rostro.

6. PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

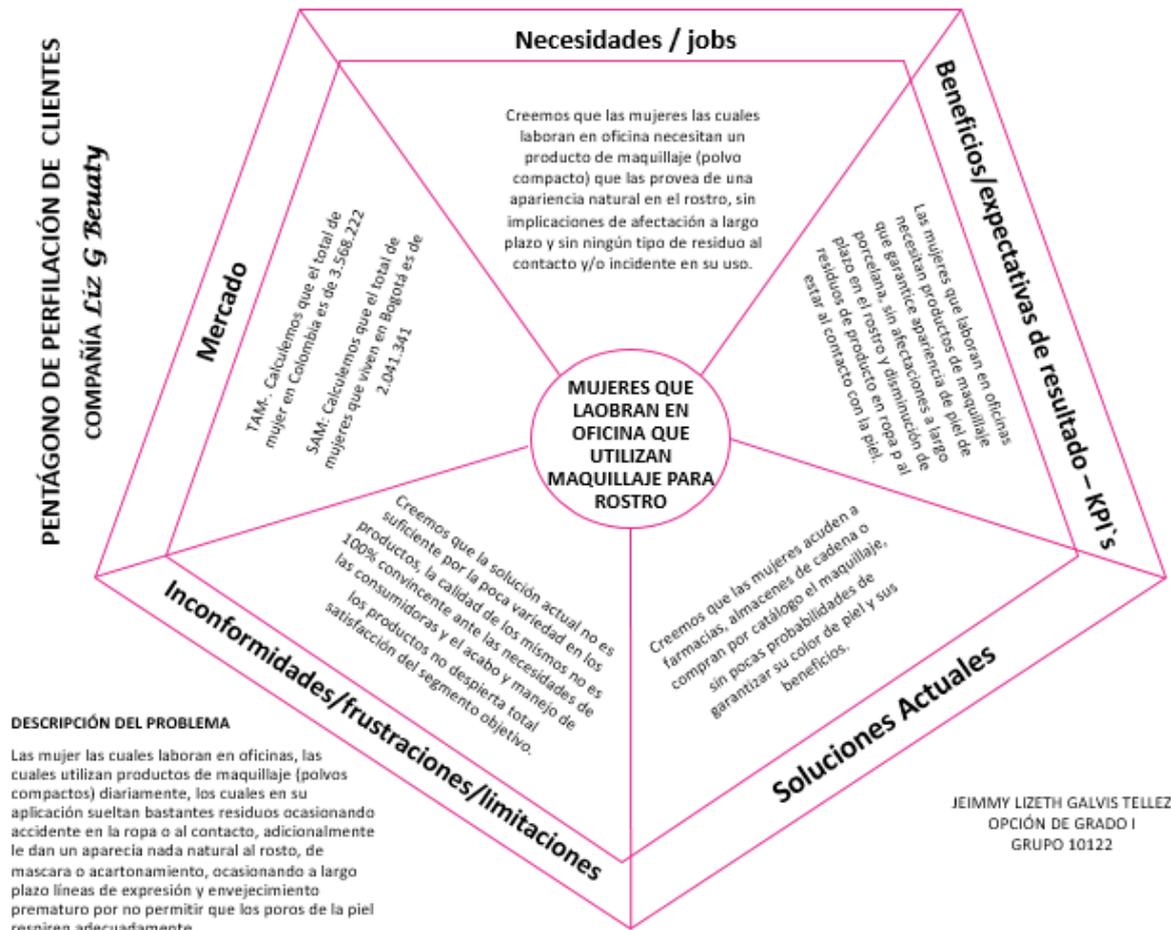


Figura · 1: Análisis de segmentación de los clientes potenciales de la problemáticas y medidas de mejora, se establece la cantidad de personas a las cuales intervienen, las soluciones actuales del mercado y los factores que influyen y de más relevancia para indagar y consolidar la investigación.

7. TABULACION DE ENTREVISTA

PREGUNTA	RESPUESTA	CANT
1. ¿Con que frecuencia compra Usted productos de maquillaje (povos compactos)?	Semanal	1
	Mensual	8
	Trimestral	4
	Nunca	2
2. ¿Conoce usted realmente qué productos de maquillaje compra y sus beneficios?	SI	6
	NO	9
5. ¿Qué tan provocativo le resulta encontrar en su maquillaje (polvo compacto) la poca apariencia natural	Mucho	3
	Poco	2
	Nada	7
6. ¿En una escala de 1 a 5, donde 5 es muy frecuente y 1 poco frecuente qué calificación le daría al padecer incidentes con su maquillaje y la apariencia de "pañete" en el rostro	1	7
	2	1
	3	6
	4	1
	5	1
8. ¿Qué importancia tiene el precio al momento de elegir sus productos de maquillaje?	Mucho	4
	Poco	9
	Nada	1
10. ¿Considera importante brindar maquillaje para el rostro (polvo compacto), a las mujeres colombianas, el cual brinde una apariencia natural y sin dejar residuos al contacto?	SI	14
	NO	1
11. ¿Optaría Usted por gastar más dinero en?	Maquillaje de farmacia	5
	Tratamientos faciales	8
	Compras online	1
	Compras por catalogo	1
Total de personas encuestas : 15 personas		

Figura · 2: Obtención y consolidación de los datos recopilados en la realización de entrevista al público para determinación de acción y mejoras, con la tabulación de las preguntas cerradas de puede establecer la percepción del público.

8. DATOS A DESTACAR

5. ¿Qué tan provocativo le resulta encontrar en su maquillaje (polvo compacto) la poca apariencia natural del rostro, las evidentes capas de maquillaje y los residuos que este deja en la ropa?

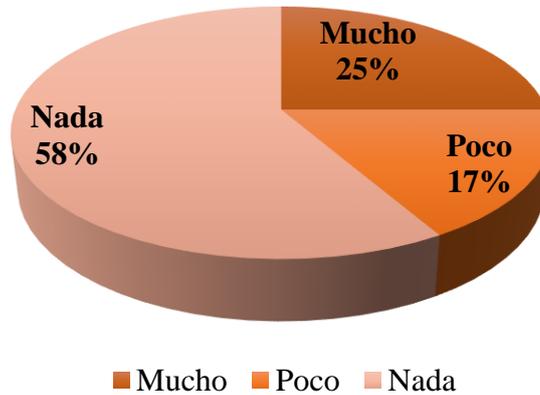


Figura · 3: Determinación de los datos más relevantes en la investigación para apoyar la ejecución y planteamiento del problema y la realización de correctivos y un replanteamiento de objetivos.

9. ACCIONES DE MEJORA

PROPUESTA DE VALOR DE LA COMPAÑÍA *Liz G Beauty*

PREBEL



En la elaboración del producto (polvo compacto), esta labor estaría encargada la compañía PREBEL S.A, la cual brinda la opción la fabricación a terceros, garantizando los mejores procedimientos en la elaboración del producto, cuentan entre sus marcas de fabricación tales como: Maxfactor, Bio-oil, Vitu, Wella entre otras marcas de gran posicionamiento y trayectoria en la industria cosméticas.

En el caso de la compañía *Liz G beauty* en la fabricación de los polvo compacto se maneja tecnología micropulverizada para máximo cuidado de la piel. Debido a que sus partículas son 10 veces más pequeñas, se fija la piel por más tiempo sin obstruir los poros, logrando una apariencia mate y pareja durante todo el día, garantizando calidad y cobertura.

10. REFERENCIAS

- Compañía PREBEL S.A

<http://www.prebel.com/Fabricaci%C3%B3nparaTerceros/Cosm%C3%A9ticos,Fragancias,Aseopersonal.aspx>