

OPCION DE GRADO 1  
ELABORACION DE TINTES NATURALES PARA EL CABELLO

ELIANA PATRICIA VARGAS MOREIRA  
LEYDI ESPERANZA MARTÍN CARRILLO  
RUBEN DARIO SANDOVAL ROA

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TÉCNICO PROFESIONAL EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS  
BOGOTÁ D.C - 2017

OPCION DE GRADO 1  
ELABORACION DE TINTES NATURALES PARA EL CABELLO

ELIANA PATRICIA VARGAS MOREIRA  
LEYDI ESPERANZA MARTÍN CARRILLO  
RUBEN DARIO SANDOVAL ROA

Trabajo de grado para obtener el título de  
Técnico profesional en procesos administrativos

Asesor: GIOANNY HERNÁNDEZ NÚÑEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TÉCNICO PROFESIONAL EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS  
BOGOTÁ D.C - 2017

A Dios, fuente de inspiración, por darnos la capacidad de crear ideas y así deleitar este momento de logros y miles de bendiciones,

## AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan agradecimiento a:

Gioanny Hernández Núñez, por la orientación en el proyecto.

## Tabla de Contenido

|  |    |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN.....                                    | 6  |
| OBJETIVO GENERAL .....                               | 7  |
| Objetivos específicos .....                          | 7  |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                      | 8  |
| PERFILAMIENTO DE CLIENTES .....                      | 10 |
| Zona geográfica .....                                | 10 |
| Principales características de la población.....     | 10 |
| PENTAGONO.....                                       | 11 |
| Necesidades: .....                                   | 11 |
| Expectativas .....                                   | 11 |
| Soluciones actuales .....                            | 12 |
| Frustraciones.....                                   | 12 |
| ENCUESTA .....                                       | 14 |
| Interpretación de la tabulación de la encuesta ..... | 16 |
| PESTEL.....  | 18 |
| PORTER.....  | 19 |
| CONCLUSIONES.....                                    | 21 |
| CIBERGRAFIA .....                                    | 22 |

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo hace referencia a la investigación que se va a realizar para la producción y comercialización de tintes para el cabello, puesto que hace parte importante de la autoestima de las personas, por esta razón debemos cuidarlo, hidratarlo, mantenerlo limpio, con un buen tinte; por ello nuestro proyecto de tinte será a base de materia prima natural, ya que para todo consumidor serán asequible y beneficia el cuidado del cuero cabelludo y salud de las personas, disminuyendo el desarrollo de tumores cancerígenos.

Buscamos fortalecer la idea de negocio, y ser generadores de empleo; cumpliendo a cabalidad los objetivos propuestos, creciendo día a día en todas las áreas del negocio; para llegar a ser una empresa reconocida a nivel nacional, nuestra empresa será identificada por utilizar productos naturales, los cuales se encuentran en las huertas o naturaleza (frutas, verduras, te), éstos brindaran mayor vitalidad disminuyendo la caída del cabello, aumenta el brillo, hay mayor crecimiento, y reflejos naturales.

Por consiguiente, y aplicando los conocimientos adquiridos se llevara a cabo el desarrollo de los procesos administrativos y así dar un buen uso de los recursos de la empresa para generar rentabilidad y bienestar a los empleados; profundizando en los temas vistos, su aplicabilidad y generación de empleo directo e indirecto; dándonos a conocer a los clientes por medios, publicidad visual y virtual.

## **OBJETIVO GENERAL**

Demostrar que los productos a base de materia prima natural son la solución inmediata y oportuna de todas aquellas personas que quieran un cambio de imagen, mediante un tinte que brinde un color natural con garantías sanitarias y ambientales; proporcione brillo y vitalidad de una forma sana y espectacular al cabello.

### **Objetivos específicos**

- Conocer adecuadamente las propiedades de los productos naturales que se van a utilizar para la producción nuestros tintes.
- Identificar el impacto del mercado competitivo.
- Comparar los tintes que están posicionados en el mercado con el nuestro.
- Organizar un adecuado lanzamiento al mercado para podernos hacer conocer y generar clientes potenciales que nos ocasionen una rentabilidad favorable.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La mayoría de empresas que elaboran y fabrican tintes se enfrentan a diversos problemas, resaltando que uno de los más graves es que, la utilización de tintes puede favorecer el desarrollo de tumores cancerígenos y producir mutaciones genéticas, lo cual genera un riesgo para las personas que utilizan este producto, por esto se requieren estrategias como el lanzamiento un producto innovador, con valor agregado, que sea de fácil uso y de efecto rápido.

Hoy en día, las personas con el propósito de vernos y sentirnos más atractivas y tener una excelente presentación personal, buscamos realizarnos cambios de look o conservar el que tenemos de forma natural y glamuroso. De ahí nace la idea de tintes y tratamientos a base de productos naturales como frutas, vegetales o plantas, con el fin de aprovechar los recursos, beneficios, propiedades que podemos encontrar en ellos y así permitiéndonos realizar un cambio adecuado, sin maltratar el cabello.

La idea del producto es innovador ya que se investigó y se entienden que existen muchas recetas para tinturar con productos naturales pero no es muy conocido en el mercado se brindaran que este producto natural vengan ya empacados listos para la aplicación.

Adicional todos los tintes que se conocen son a base de químicos el cual con el paso del tiempo va dañando el cabello y deteriorando su vitalidad.





## **PERFILAMIENTO DE CLIENTES**

### **Zona geográfica**

País: Colombia

Departamento: Cundinamarca

Municipio: Sesquilé

### **Principales características de la población**

Para realizar un mayor desglose de la segmentación de mercados se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

La población identificada en el municipio de Sesquilé de estratos: 2, 3 y 4

Edades: entre los 15 y 70 años.

Género: femenino, masculino y comunidad LGBTI

El número estimado de habitantes del municipio son: 13.936 habitantes, de estos habitantes vamos a atender 3.000 que se encuentran en el centro del municipio.

## **PENTAGONO**

### **Necesidades:**

- Creemos que la necesidad de tener un cabello libre de químicos, nutre nuestro cuero cabelludo y revitaliza el cabello.
- Se cree que nuestros clientes pueden experimentar cambios de look sin temor a una reacción negativa o alérgica.
- Se cree que los clientes necesitan productos que no ocasionen daño al cabello como lo hacen los tintes tradicionales.
- Se considera obtener un producto de buena calidad a bajo costo y que proteja al medio ambiente.

### **Expectativas**

- Se espera que a través de nuestra excelencia, prontitud con el servicio y calidad del producto el consumidor se vuelva cliente potencial.
- Adicional a nuestro producto entregaremos una vela para que armonizar y relajar el ambiente.
- Se considera que nuestro producto natural adicional al tinte sirva como tratamiento permanente para el cabello, que ayude al fortalecimiento, nutrición e hidratación y luzca brillante.
- Se evidencia que el olor producido por las frutas genera un alto grado de autoestima y seguridad en las personas.

## Soluciones actuales

Cuadro 1. Soluciones actuales

| Calidad | Costos   | Marcas                        | Canales de distribución |
|---------|----------|-------------------------------|-------------------------|
| Optima  | \$30.000 | Tio nacho                     | Mayorista               |
| Optima  | \$28.000 | henna                         | Mayorista               |
| Optima  | \$20.000 | Color hair (nuestro producto) | Minorista               |

- Se considera que nuestra competencia tio nacho y henna distribuyen sus productos a través de intermediarios sin llegar al consumidor final, estos pedidos son repartidos en camionetas Ford con capacidad para 5 toneladas y en lugares donde la temperatura supera los 30 grados centígrados y utilizan termoking.
- La publicidad que ejercen la efectúan a través del medio masivo de la televisión con modelos o actores reconocidos que atraen bastante teleaudiencia.
- Creemos que tio nacho y henna brindan un tratamiento de restauración adicional al tinte como valor agregado con el cliente como estrategia de fidelización.

## Frustraciones

- Se considera que el no tener el insumo y la materia prima suficientes para la elaboración del producto, puede causar una baja producción.
- Se evidencia que al no contar con el personal capacitado se pueden cometer errores tanto en la producción, comercialización y servicios al cliente.

- Se piensa que los canales de distribución deben ser más personalizados porque las personas deben acercarse al punto de venta a comprar el tinte.
- Se contempla la posibilidad de que el tinte aplicado en el cabello, no logre la duración esperada.

## ENCUESTA

Objetivo: Identificar la frecuencia en que las personas se tinturan el cabello y saber si les gustaría cambiar de productos químicos a productos naturales.

1. ¿Usted se ha tinturado el cabello alguna vez en su vida?
  - a. Si
  - b. No
  
2. ¿Con que frecuencia se hace la tintura de su cabello?
  - a. 15 días
  - b. 30 días
  - c. 60 días
  - d. 180 días
  
3. ¿Se tintura Ud. mismo(a) el cabello en la comodidad de su casa?
  - a. Si
  - b. No
  
4. ¿Cuándo se dirige a salón de belleza a que le hagan la tintura de su cabello como es el servicio que ellos le brindan?
  - a. Excelente
  - b. Bueno

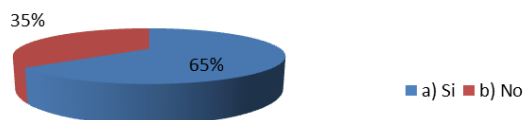
c. Regular

5. ¿Conoce las propiedades y beneficios que no brindan las frutas, verduras y plantas, para el cuidado de nuestro cabello?
- a. Si
  - b. No
6. ¿Si le explicáramos todos los beneficios que tienen los productos naturales Ud. Compraría la tintura a base de ellos?
- a. Si
  - b. No
7. Si le ofrecieran un producto sin amoníaco, no químicos dañinos, que actuara sobre tu cabello natural y te devolviera tu color natural ¿estarías interesado(a) en conseguirlo?
- a. Si
  - b. No
8. ¿Qué valor estarías dispuesto(a) a pagar por adquirir nuestro producto?
- a. \$10.000
  - b. \$20.000
  - c. Más de \$30.000

## Interpretación de la tabulación de la encuesta

Grafica N° 1. Interpretación de la encuesta

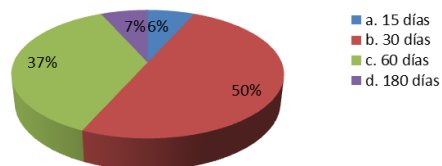
### 1. ¿Usted se ha tinturado el cabello alguna vez en su vida?



Como se observa en la gráfica el **65%** de las personas encuestadas se han tinturado el cabello, a diferencia del **35%** que no lo han hecho.

Grafica N° 2. Interpretación de la encuesta

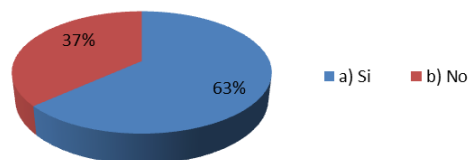
### 2. ¿Con que frecuencia se hace la tintura de su cabello?



El **87%** de las personas encuestadas se tinturan el cabello entre 60 y 180 días, a diferencia del **13%** se lo tinturan entre 15 y 30 días.

Grafica N° 3. Interpretación de la encuesta

### 3. ¿Se tintura Ud. mismo(a) el cabello en la comodidad de su casa?



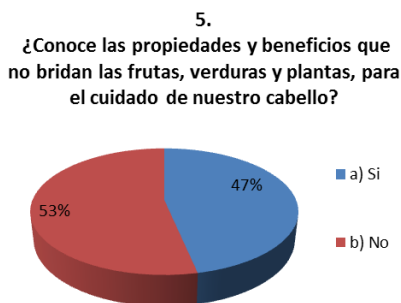
Como se observa en la gráfica el **63%** de las personas encuestadas manifiestan que se sentirían cómodas tinturándose el cabello en casa, a diferencia del **37%** que opinan que no se sentirían cómodas.



Grafica N° 4. Interpretación de la encuesta



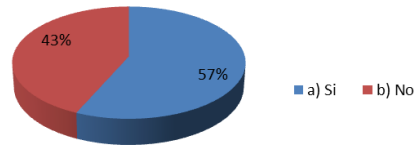
El **57%** de las personas encuestadas manifiestan que la atención en los salones de belleza es buena y excelente, a diferencia del **43%** que sienten que el servicio es regular.



Grafica N° 5. Interpretación de la encuesta

De acuerdo a la gráfica, el **53%** de las personas encuestadas no conoce las propiedades de los productos naturales, a diferencia del **47%**, quienes manifiestan que si conocen las propiedades.

6.  
 ¿Si le explicáramos todos los beneficios que tienen los productos naturales Ud. Compraría la tintura a base de ellos?

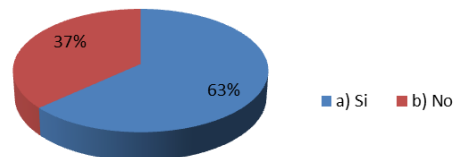


Grafica N° 6. Interpretación de la encuesta

Como se observa en la gráfica el **57%** las personas encuestadas manifiestan que si les explicamos los beneficios de los productos naturales estarían dispuestos a comprar nuestros tintes, a diferencia del **43%** que no lo comprarían.

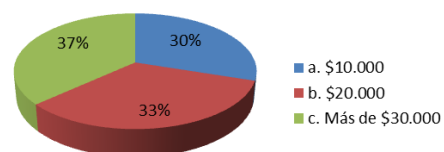
Grafica N° 7. Interpretación de la encuesta

7. Si Te ofrecieran u producto sin amoniaco, no químicos dañinos, que actuara sobre tu cabello natural y te devolviera tu color natural ¿estaría interesado(a) en conseguirlo?



De acuerdo a la gráfica, el **63%** de las personas encuestas comprarían nuestro productos a diferencia del **37%**, quienes no lo comprarían.

8. ¿Qué valor estar a dispuesto(a) a pagar por adquirir nuestro producto?



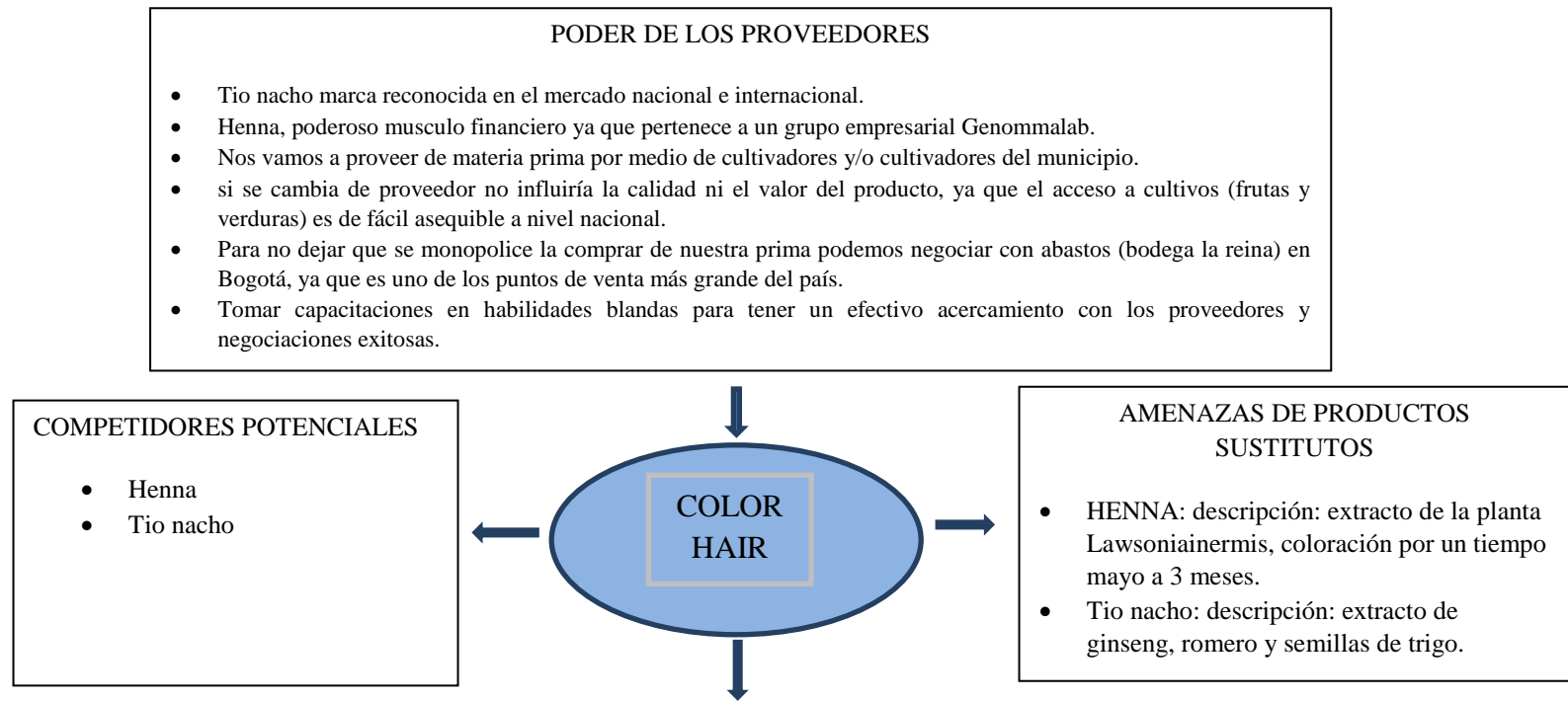
Grafica N° 8. Interpretación de la encuesta

Como se observa en la gráfica el **30%** de las personas encuestadas pagarían \$10.000 por el producto, el **33%** pagarían \$20.000, a diferencia el **37%** que pagarían más de \$30.000.

## PESTEL

|   |  |
|---|--|
| P | La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI   |
|   | ISO 9000   |
|   | ISO 26000 - Responsabilidad social   |
|   | Código de comercio   |
|   | Superintendencia de industria y comercio   |
| E | Camara de comercio   |
|   | Incremento del dólar   |
|   | Reforma tributaria   |
|   | La inflacion   |
| S | Tasas de cambio  |
|   | Opinion del consumidor   |
|   | Variacion de la oferta y demanda de productos de la belleza  |
|   | Presentacion del producto  |
| T | Impacto del producto, por mdio de la publicidad  |
|   | Medicina alternativa   |
|   | Avances en la tecnología para cuidar el cabello  |
| E | Medica   |
|   | ISO 14000 - Norma de medio ambiente  |
|   | ISO 18000 - SG-SST   |
| L | Ley 9 de 1979: Código Sanitario Nacional para la protección del Medio Ambiente   |
|   | Ley 711 de 2001: por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética  |
|   | Resolución 2827 de 2006: por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental. (Peluquería).   |
|   | RESOLUCIÓN 2117 DE 2010: Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines y se dictan otras disposiciones. |
|   | RESOLUCION 2827 DE 2006: por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental.   |
|   | RESOLUCION 02263 DE 2004: Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones.   |
|   | LEY 711 DE 2001: Por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética.   |
|   | RESOLUCION 2400 1979 Estatuto de seguridad industrial  |
|   | CIRCULAR 032 2010 Espacios libres de humo  |

## PORTER





## CONCLUSIONES

- Realizamos este trabajo con el fin de proporcionar una opción natural para el cuidado del cabello y evitar eventos adversos en la salud de las personas que usan tintes.
- Más que un trabajo o una búsqueda de una nota aritmética, se pensó en una idea de negocio presente-futuro, que nos convenga a nosotros y a nuestras familias, adicional a la contribución y protección del medio ambiente mediante un producto natural a bajo costo y asequible para toda clase de público en general.
- Este proceso de investigación desarrollo en nosotros un análisis hacia la creación y dirección empresarial, para así contribuir al crecimiento de la economía del país; queda constancia que la innovación es posible mediante el esfuerzo y empeño que se le dedique.

## CIBERGRAFIA

Botanical-online, (1999 – 2017), El mundo de las plantas, recuperado de: <http://www.botanical-online.com/medicinalstintescanas.htm>

Ecoagricultor, (2013), Ecoagricultor, recuperado de: <http://www.ecoagricultor.com/como-preparar-tintes-caseros-para-el-cabello/>

Natursan, (2008-2017), Propiedades del té negro, recuperado de: <https://www.natursan.net/te-negro-beneficios-y-propiedades/>

5 fuerzas de porter, (2017), Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa, recuperado de: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Remedios caseros, (2017), Cómo obtener colorantes naturales de las frutas y verduras, recuperado de: <https://www.remedioscaseros.net/como-obtener-colorantes-naturales-de-las-frutas-y-verduras/>