

Empresa J&C perfumería

Jenifer Peláez & Carolina Perdomo.
Mayo 2019.
Corporación unificada nacional. CUN
Bogotá D.C
Opción de grado 1

Tabla de Contenidos

Introducción	1
Justificación	¡Error! Marcador no definido.
Descripcion de la idea de negocio	3
Lean canvas.....	4
Descripcion detallada del cliente.	5
Problematica	7
Mapa de empatia.....	8
Planeacion estrategica.	9
Oportunidad.	10
identidad estrategica.....	10
Lista de Referencias	11

En este proyecto se da a conocer un producto innovador en el mercado, dando como prioridad satisfacer las expectativas que tienen las mujeres sobre oler todo el tiempo muy bien, las características del producto hacen que tenga grandes probabilidades de ser aceptado en el mercado, este dirigido a mujeres de corta edad.

Vimos la oportunidad de negocio al lanzar al mercado un producto que satisfaga las necesidades de las mujeres de muestra segmentación de mercados, pudimos notar que, aunque trabajan y/o estudian son mujeres que desean verse bien y complementarlo con un excelente olor.

J&C perfumería y accesorios se puso en marcha con el fin de enfocarse a las necesidades de las mujeres, esto porque según la revista dinero en su artículo COPYRIGHT © 2019 PUBLICACIONES SEMANA S.A. “De los 49,9 millones de personas que se estiman viven en Colombia, 25,2 millones son mujeres y 24,6 millones son hombres” “En la base de la pirámide laboral hay más mujeres que hombres. Un reciente estudio de Kpmg confirma que de 100% de las colombianas que están trabajando en el país, solo 7% puede cuidar su imagen y belleza con dedicación”. Esto fu un punto maravilloso de la investigación para implementarlo a esta segmentación de mercado.

Somos JYC perfumería, nace de un trabajo de investigación donde encontramos que 7 de cada 10 mujeres no están de acuerdo con lo que les brinda la perfumería normal, debido al manejo del tiempo, y a partir de eso decidimos implementar una manilla y un collar que al tener contacto con el PH de las personas soltaría la fragancia sin que la persona tenga que hacer nada aparte de cargarlo.

La propuesta de diferencia sería que aparte de que la persona se vería con un accesorio lindo también tendría una fragancia que lo acompañaría en todo momento.

Funcionamiento




Manilla y collar que generan olor en el momento que se estallen las pepitas que lo hacen de acuerdo con el PH del cuerpo, adicional a eso dichas pepitas vienen de repuesto y sus colores varían.



Experiencia

Las personas lo van adquirir ya que tiene un costo asequible, la manilla tendría un valor de \$8.000 y el collar un valor de 12.000; debido a que es un valor económico para estratos dos a cuatro.

Lean Canvas		J&C Perfumería		
<p>Problema</p> <p>Se evidencia que las mujeres manejan muy poco tiempo para poder estar pendiente de su olor que manifiestan que los olores de nuestro cuerpo son demasiado importantes, en ellos reflejamos gran porcentaje de lo que piensan los demás de lo que yo soy, son el complemento para un excelente maquillaje o un buen vestuario para ir al trabajo y/o universidad.</p>	<p>Asociaciones Claves</p> <p>Micro empresarios que se dedican a la venta de producción de accesorios y aromatizantes.</p>	<p>Propuesta de valor único</p> <p>Mercado de un extenso comercio de productos para cumplir con las expectativas sin causar daños o perjuicios en la salud.</p>	<p>Relaciones con clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado libre. • Redes sociales. • Personal. 	<p>Segmentos de clientes</p> <p>Mujeres entre 17 a 35 años de edad que como actividades desarrollan estudiar o trabajar, de barrios o localidades estratos 2 y 3.</p>
<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accesorios. • Perfumería. 	<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa 			
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inicialmente serán los accesorios para brindar la respectiva satisfacción al cliente, los componentes que irán en los accesorios recargables. 		<p>Flujo de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • La ganancia por accesorio esta en un valor aproximado de \$3.000 a \$5.000. 		

Mujeres entre 17 a 35 años de edad que como actividades desarrollan estudiar o trabajar, de barrios o localidades estratos 2 y 3 que demuestran algún tipo de inconformidad con los componentes que tienen los perfumes que les produce alergia y que prefieren comprar productos para oler muy bien y que cumplan con sus expectativas sin que tengan reacciones desfavorables ni perjuicios en su salud y adicional que al adquirir un producto deseen comprar muchos más.

<p>Geográfica</p>		<p>País Colombia, ciudad Bogotá D.C., Clima en promedio 19 °C.</p>
<p>Demográfica</p>		<p>Edad entre 17 y 35 años, sexo femenino, nivel educativo entre bachilleres y tecnólogos profesionales, estatus socioeconómico entre estratos dos y tres, de nacionalidad colombiana.</p>
<p>Psicográfica</p>		<p>Personalidad: personas alegres, activas que les gusta llamar la atención y sentirse bien consigo mismas, con un estilo de vida activo donde son mujeres que trabajan y/o estudian.</p>

		<p>Tienen valores como el amor propio, la responsabilidad, la recursividad, la motivación y la disciplina. Actitudes de seguridad, visionaria positiva y organizada, con intereses de verse, oler bien y sentirse muy bien.</p>
<p>Conductual</p>		<p>Compraran en J&C perfumería por el precio, eligen diseños bonitos e innovadores a los mejores precios, compran más de un accesorio porque piensan que cuando vuelvan no lo encontrarán</p>
<p>Socioeconómicos</p>		<p>Estrados dos y tres de barrios ubicados al sur, sur oriente, sur occidente y noroccidente.</p>

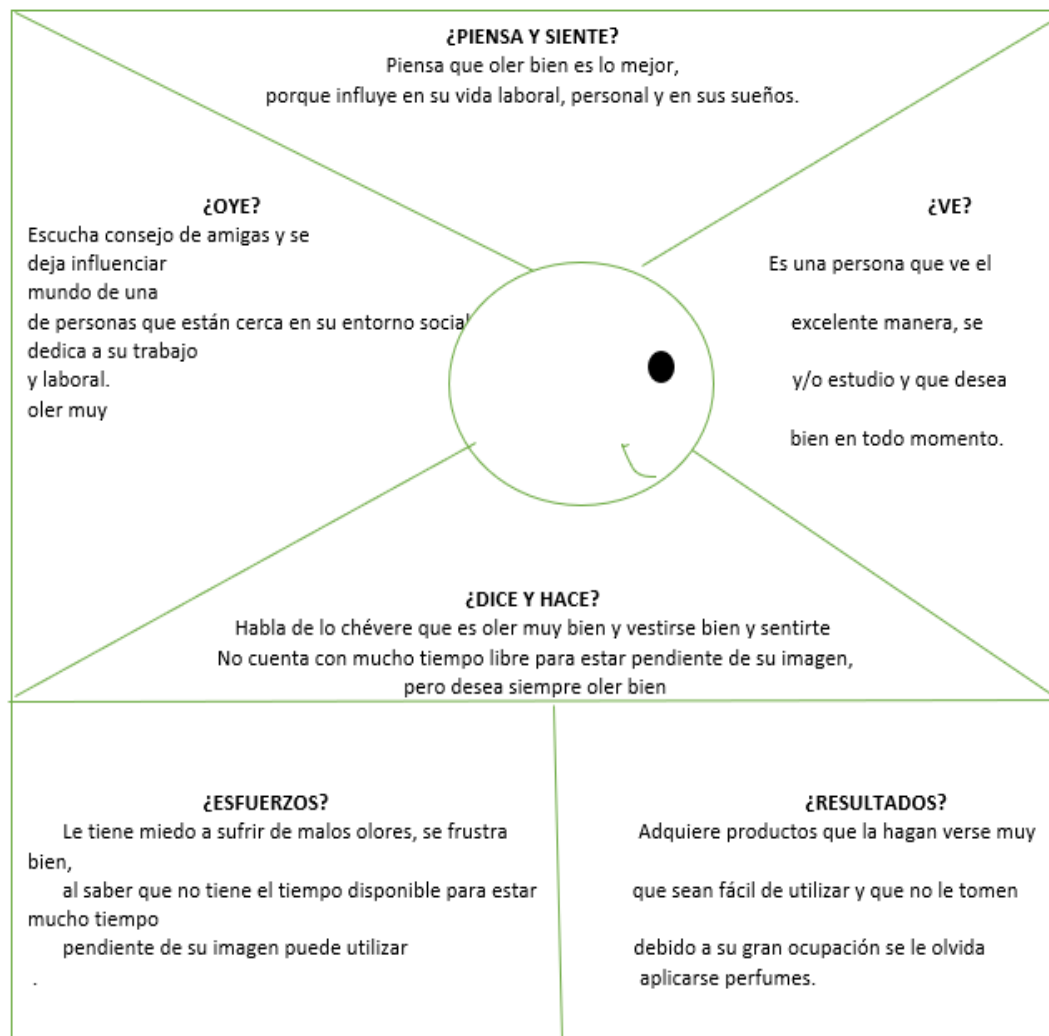
Se evidencia que de este gran porcentaje de mujeres manejan muy poco tiempo para poder estar pendiente de su olor que manifiestan que los olores de nuestro cuerpo son demasiado importantes, en ellos reflejamos gran porcentaje de lo que piensen los demás de lo que yo soy, son el complemento para un excelente maquillaje o un buen vestuario para ir al trabajo y/o universidad. Esto pasa por que todas las personas somos distintas, por lo que se pueden generar efectos contrarios a lo deseado. Todas las personas entre el rango de 17 y 35 años son mujeres que se dedican a trabajar, estudiar o a ocuparse de su hogar, cosas que necesitan de bastante tiempo,

En Colombia, en la ciudad de Bogotá entre las usuarias de perfumería según la revista dinero, COPYRIGHT © 2019 PUBLICACIONES SEMANA S.A. “De los 49,9 millones de personas que se estiman viven en Colombia, 25,2 millones son mujeres y 24,6 millones son hombres. Aunque hay 622.000 más mujeres que hombres en el país y en las universidades se forman más colombianas que colombianos, ellas siguen siendo minoría en el mundo laboral y, en particular, en cargos medios y altos.” En la base de la pirámide laboral hay más mujeres que hombres, pero a medida que sube la escala jerárquica, disminuye la presencia femenina. Un reciente estudio de Kpmg confirma que de 100% de las colombianas que están trabajando en el país, solo 7% puede ubicarse en una posición directiva”, explica Isabella Gandini socia del área laboral de la firma de abogados Norton Rose Fulbright con estas cifras que nos da la revista semana pudimos notar que el campo laboral se está fortaleciendo por mujeres bellas, inteligentes, que desean verse y sentirse muy bien, aunque tengan muy poco tiempo.

Lanzar al mercado un producto que cumpla con las necesidades de las mujeres alcanzando la mayor población, como amigas, compañeras de trabajo, compañeras de universidad, vecinas o demás familia, en cuanto a gusto y necesidad según su PH o según la temperatura de la ocasión que tenga la persona que adquiere el producto, en el caso se le realizaría un estudio a la persona para conocer las alergias en el cuerpo, y comprobarlo haciendo una pequeña prueba del producto para conocer la reacción que dicho producto pueda causar desfavorablemente. Es claro que las mujeres encuestadas, son personas que desean oler bien y hay una gran oportunidad de negocio si lanzamos un producto que cumpla con sus expectativas.

Esta oportunidad nos parece favorable debido a que los aromas se empiezan a utilizar⁸ todos los días en promedio a partir de los 17 años, de allí radica que las personas compran productos para oler bien a partir de comprar por impulso, es decir por querer darse un gusto.

Mapa de empatía



Nuestra tienda va dirigida a mujeres entre los 17 y 35 años, que trabajan y/o estudian y viven en barrios estrato dos y tres de la ciudad de Bogotá. Los consumidores acudirán a mi tienda porque es un producto innovador, que brinda excelentes beneficios a un precio asequible. Mi competencia indirecta son los perfumes corrientes y/o los de venta en catalogo que son de precio económico y competencia directa no tenemos por qué no existe un producto igual al de nuestra empresa.

Los beneficios diferenciales por los que me identifico son la facilidad de uso que manejamos, lo innovador y la presentación de los accesorios delicados y de fragancias exquisitas. Los productos que se ofrecen al público son pulseras y collares que al tener contacto con la piel soltaran fragancia exquisita.

Abriremos nuestras puertas en el centro comercial la 21 ofreciendo nuestros productos y asesorando a las mujeres interesadas según los gustos que nos indiquen, adicional a eso en nuestra página web, en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y mercado libre. Con unos precios super económicos, collares con perfume en un valor de \$12.000 y pulseras con perfume a \$8.000. Se hará publicidad únicamente por redes sociales y mercado libre. El proceso de compra es de dos formas, la primera es que la cliente se dirige a nuestras instalaciones y la adquiere o simplemente en pago contra entrega y el cliente paga él envío. Una de las ofertas que manejaremos es que al comprar manilla y pulsera solo les saldrá por un valor de \$18.000.

Los clientes nos identificaran por la calidad y excelencia de nuestros productos frente a la competencia indirectos siendo una tienda posicionada a nivel Bogotá para luego posicionarnos a nivel nacional e internacional

Identidad estrategica

Oportunidad

La revista dinero en su artículo publicado en el año 2018 nos dice “Colombia es el 10º cuarto mercado de perfumes más grande de Latinoamérica, con ventas al cierre del año pasado por \$1,6 billones Lo superan Brasil US\$6.477 millones, México US\$1.244 millones y Argentina US\$855 millones”. (Revista dinero, 2018)

Identidad estratégica

- ✓ Logotipo



- ✓ Isotipo



- ✓ Marca

J&C PERFUMERIA

- ✓ Eslogan

Todo lo que las chicas aman, accesorios y perfumería.

Nos diferenciamos con los demás productos de accesorios y perfumería por que logramos unificarlas dos cosas haciendo que funcionen a la perfección con unas grandes posibilidades de aceptación en el Mercado

Lista de referencias

11

Revista, dinero (2018).

Entrevista, estudiantes de la CUN, 2019

COPYRIGHT © 2019 PUBLICACIONES SEMANA S.A. URL

<https://www.dinero.com/management/articulo/mujeres-en-cargos-directivos-en-colombia/255858>