

TERMOPROTECTOR LISOCRESS

GABI NATALIA TORO CUASPUD,

JENNY KATHERINE ESTRADA TREJO

RUBEN DARÍO YANDUN GUAQUEZ

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION NACIONAL CUN

CREACIÓN DE EMPRESAS II

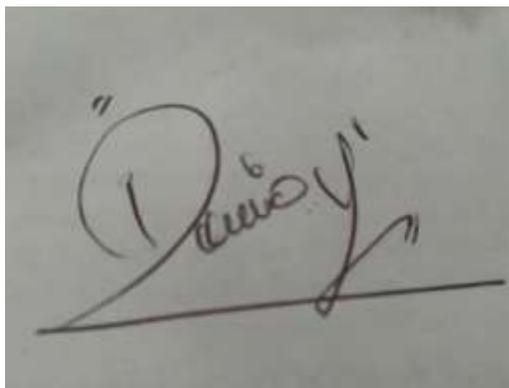
PASTO - NARIÑO

2020

COMPROMISOS DEL AUTOR

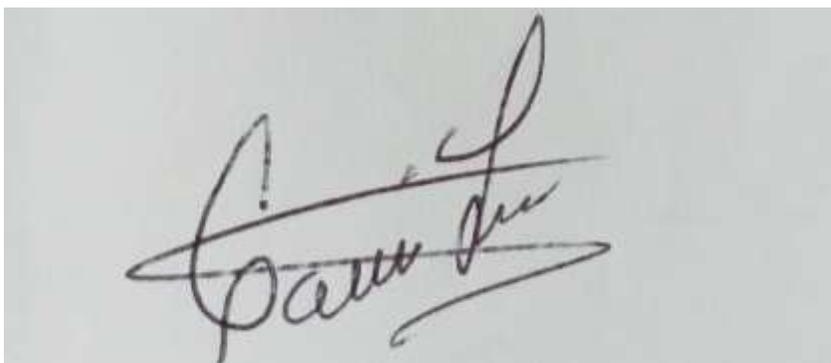
Yo, Rubén Darío Yandun Guaquez identificado con C.C 1.085.933.445 estudiante del programa Creación de empresas 2 declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma.

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored surface. The signature is stylized and appears to read 'Rubén Darío Yandun Guaquez'. The signature is written over a horizontal line.

COMPROMISOS DEL AUTOR

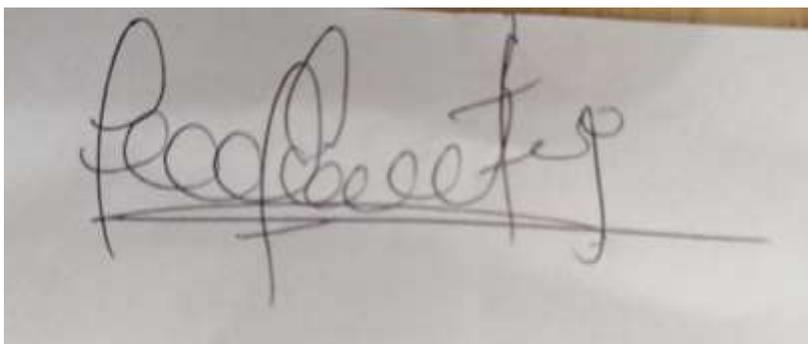
Yo, Gabi Natalia Toro Cuaspud identificado con C.C 1.085.949.439 estudiante del programa Creación de empresas 2 declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is highly stylized and cursive, appearing to read 'Gabi Toro'.

Firma.

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo, Jenny Katherine Estrada Trejo identificado con C.C 1.086.106.671 estudiante del programa Creación de empresas 2 declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A photograph of a handwritten signature in black ink on a white piece of paper. The signature is cursive and appears to read 'Jenny Katherine Estrada Trejo'. There is a horizontal line drawn across the bottom of the signature.

Firma.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN	12
1. OBJETIVOS	13
1.1. GENERAL	13
1.2. ESPECÍFICOS.....	13
2. CLAVES PARA EL ÉXITO.....	13
3. EL PRODUCTO O SERVICIO	15
4. EL CLIENTE POTENCIAL.....	15
4.1. Generación X.....	16
4.2. Generación Y.....	16
4.3. Generación Z	17
5. LA NECESIDAD.....	18
6. COMO SE VA A REALIZAR.....	21
7. ¿PORQUE LO PREFERIRÍAN?	22
8. ANÁLISIS DEL SECTOR	24
8.1. ESTRATEGIA OCÉANO AZUL	25
8.2. Análisis de Porter.....	30
8.3. Amenaza de Productos Sustitutos.....	31
8.4. Amenaza de productos entrantes	32
8.5. Rivalidad entre los competidores.....	33
9. SEMANA 5.....	34
9.1 Nucleo.....	34

9.2	Calidad.....	34
9.3	Envase.....	35
9.4	Servicio.....	36
9.5	Canal.....	37
10	Estrategia de precio.....	38
11	Portafolio.....	40
12	Matriz de desarrollo de la marca.....	45
13	Marketing digital.....	53
14	Historia.....	53
15	Métricas claves.....	54
16	Macrolocalización.....	60
17	Micro localización.....	61
18	Requerimientos técnicos.....	64
19	Tabla de requerimientos de producción.....	68
20	Flujograma de procesos.....	70
21	Producto mínimo viable.....	71
22	Ficha técnica.....	78
	Bibliografía.....	76

RESUMEN EJECUTIVO

LISOCRESS es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de un novedoso producto que promueve el bienestar y la belleza del cabello. lisocress es un producto capilar a base de productos naturales¹ (linaza, aceite de coco, manzanilla) etc.

Enfocado en la nutrición del cuero cabelludo de las mujeres para evita la caída de pelo, resecaimiento del cuero cabelludo y la caída del pelo y en la nutrición para mantener un cabello fuerte y brillante, como toda mujer sueña tenerlo, lisocress es un producto 100% natural y el cual contiene las mejores condiciones de precio, calidad y abastecimiento para los consumidores, reconocida como una de las empresas más confiables, moderna, organizada y con el mejor servicio al cliente, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la población mediante la generación de empleo y el bienestar de las personas también se resaltarán los valores para que crezcamos como empresa y en buen servicio al cliente de igual manera que nuestros empleados cuenten con un ambiente en cual ellos puedan aplicar valores y crecer con ellos junto con la empresa nuestro control será fundamental ya que podremos crecer y mejorar cada vez más en el beneficio de nuestros clientes.

¿Quiénes somos?

¹ Productos naturales es un compuesto químico o sustancia producida por un organismo vivo que se encuentra en la naturaleza

LISOCRESS es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de un novedoso producto termoprotector, este producto promueve el bienestar y la belleza del cabello. Este está hecho a base de ingredientes naturales que promueven el crecimiento del folículo piloso², mientras le suministra al cabello diversidad de vitaminas beneficiosas para mantener una buena estabilidad y ayudarlo a la reparación del mismo causada por daños ambientales, químicos entre otros.

Misión

Crearemos una empresa innovadora ubicados en la ciudad de IPIALES dedicados a la producción y comercialización de un producto de origen natural, el cual procura satisfacer las necesidades de carácter estético centrándonos en el cabello, el cual contiene las mejores condiciones de precio, calidad y abastecimiento para los consumidores, gracias a esto se benefician tanto los intermediarios como el consumidor final

Contamos con un talento humano idóneo, garantizando la responsabilidad en nuestra labor, demostrando ética profesional y prestando alta calidad para la satisfacción de nuestros clientes.

Visión

LISOCRESS será en el año 2025 una empresa reconocida a nivel nacional en la fabricación y distribución de productos innovadores de alta calidad a base de ingredientes naturales, será

² Folículo Piloso es la concavidad que se encuentra bajo la piel y la cual rodea cada uno de los cabellos. Este, es el responsable del nacimiento del cabello y de la salud del mismo.

reconocida como una de las empresas más confiables, moderna, organizada y con el mejor servicio al cliente, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de la población mediante la generación de empleo.

Objetivo general

LISOCRESS una vez se posicione en el mercado se espera un aumento de los índices de producción y distribución del producto en un 50%, además de que su crecimiento ara que se aumente la planilla de empleados ya que nos visualizamos a un nivel nacional

Objetivos específicos

- Generar más ventas mediante la publicidad y promociones.
- Crear más productos innovadores a base de ingredientes naturales
- Fidelización de clientes mediante muestras o pruebas del producto
- Hacer un resumen y balance de los gastos e ingresos de la empresa
- Utilizar mecanismos de participación con los clientes

Valores

- Compromiso: trabajar con responsabilidad para cumplir con los objetivos de la empresa
- Respeto: fomentar un buen ambiente de trabajo valorar el trabajo en equipo y a todas las personas de manera constructiva y asertiva

- Excelencia: valorar y reconocer el trabajo profesional para así ser distinguidos por hacer más que una labor para lograr la satisfacción del cliente
- Honestidad: actuar de forma coherente y transparente, brindándoles a los clientes lo que necesitan
- Calidad: garantizar una buena atención y brindar productos de excelente calidad
- Creatividad: contaremos con personal creativo, los cuales nos brindaran buenas ideas para la creación de más productos de belleza dentro de la empresa, iniciamos con un termoprotector, pero a futuro esperamos crear una línea completa de cuidado estético.

Como superar obstáculos:

- Manteniendo la mente positiva siempre, debemos tener opción A y B ante cualquier circunstancia
- Valorando las ideas de los trabajadores, teniendo en cuenta que no existen las malas ideas, desarrollarlas estudiarlas y mejorarlas en conjunto si es el caso, pero darles a todos la atención y dedicación que se merece.
- Dedicando el tiempo a lo que mejor sabe hacer, debemos sacar lo mejor de las personas y así darles un lugar dentro de la empresa, en lo que ellos se sientan plenamente en condiciones de desarrollar
- Mantener un buen ambiente laboral para evitar el estrés de las personas
- Hacer que las personas que laboran se sientan como en casa, que tengan un gran sentido de pertenecía
- Dado el caso de competencia desleal, mantenernos en actualizaciones creando y mejorando cada cosa de nuestra empresa.

- los obstáculos siempre los tomaremos como un punto positivo, que nos ayudara a mejorar
- Tendremos en cuenta las opiniones de los clientes, los cuales gracias a sus criticas nos ayudaran a superar y actualizar lo necesario.

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente proyecto del título de técnica profesional de procesos administrativos de la Corporación Unificada Nacional De Educación Superior CUN, dentro de su formación académica busca realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de termo protector para el cabello a base de linaza en el municipio de Ipiales, durante la vigencia 2019.

El principal interés es formular, es el académico como trabajo de grado, donde se busca aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera, todo ello incentivados por el área de emprendimiento empresarial de la universidad. La importancia de estudiar este tema en particular, radica en aportar dentro de la sociedad, mediante nuevas oportunidades de empleo, e incentivar el desarrollo de nuevos procesos de producción dentro del sector.

De igual manera por medio de este estudio se pretende identificar cuáles son los factores que contribuyen al desarrollo de una empresa dedicada a la fabricación de un termo protector a base de ingredientes naturales del desarrollo de un plan de negocios como opción de grado y mediante este proyecto determinar y así colocar en marcha el dentro del municipio de Ipiales.

Se busca demostrar la relación directa entre la creación de una empresa nueva, diferente e innovadora ya que contiene grandes características, además del desarrollo del municipio. En el momento no existe un producto dentro de la población ipialeña con las características del termo protector lisocress y tener la posibilidad de llegar a competir con nuevos mercados que a largo plazo lograría posicionar este producto en una empresa reconocida y posicionada en el mercado

1. OBJETIVOS

1.1. GENERAL

estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de termoprotector para el cabello a base de linaza en el municipio de Ipiales durante la vigencia 2019

1.2. ESPECÍFICOS

- elaborar un estudio de mercado, el cual va a permitir determinar si el producto se adapta a las necesidades del consumidor final
 - elaborar un estudio técnico, con el cual se identificará los socios claves, y demás para poner en marcha el proyecto.
 - elaborar un estudio administrativo, para una buena planificación estratégica

2. CLAVES PARA EL ÉXITO

Ranking Top Ten Women (2015) afirma que el 58 % de los habitantes en el mundo tienen como gran preocupación lograr recuperar totalmente su fibra capilar por esta razón se crea LISOCRESS el cual es un termo protector a base de linaza.

Este actúa como capa invisible recubriendo cada uno de los cabellos, con el fin de protegerlos del calor producido ya sea de planchas, tenazadas, rizadoros entre otras, creado con el fin de

obtener peinados lisos sin dañar el cabello.

El cabello está compuesto de 6 a 8 capas, una de ellas y la más importante es la denominada capa de grasa la cual actúa como un acondicionador natural para el cabello, esta es la que le da al cabello una textura suave y sedosa.

Además, es importante saber que la capa de grasa es una de las capas externas del cabello, lo cual quiere decir que el uso excesivo de planchas va a deteriorar diariamente esta esta capa, ya que está en contacto directo con el calor, y como consecuencia mayor puede ser que se pierda la capa por completo.

Por esta razón la creación de lissocress como un producto termo protector que previene y protege del daño gracias a la gran cantidad de vitaminas beneficiosas para el cabello, obtenidas gracias al ingrediente principal que es la linaza la cual es una semilla de origen natural.

Se menciona anteriormente el ingrediente estrella que maneja Lisocress es la linaza, la cual contiene gran variedad de vitaminas como ácidos grasos, omega 3³, vitamina E, los cuales aportan vitalidad brillo y sedosidad a la fibra capilar, convirtiendo así a este producto en un extraordinario colaborador para el fortalecimiento del cabello.

³ Los ácidos grasos omega-3 son un tipo de grasa poliinsaturada. Necesitamos estas grasas para fortalecer las neuronas y para otras funciones importantes

Por otra parte, día a día optar por mantenernos bien en la parte estética va aumentando, lo cual lleva a usar diversidad de procesos en el cabello, como por ejemplo la aplicación de tintes, colorantes, mechas, luces, alisamientos, uso excesivo de planchas, lisos permanentes entre muchos otros existentes, lo cual a largo plazo produce en el cabello deshidratación, se siente notablemente frágil, opaco, quebradizo y sin brillo

3. EL PRODUCTO O SERVICIO

La creación de nuestra empresa nueva, diferente e innovadora ya que contiene grandes características, además del desarrollo del municipio. En el momento no existe un producto dentro de la población ipialeña con las características del termo protector lisocress ya que es base de linaza un producto natural que estimula el fortalecimiento del cabello y tener la posibilidad de llegar a competir con nuevos mercados que a largo plazo lograría posicionar este producto en una empresa reconocida y posicionada en el mercado.

4. EL CLIENTE POTENCIAL

Clientes: El nicho de mercado al que está dirigido el producto es la generación X y la generación Y y Generación Z

4.1. Generación X

Son las personas nacidos después del año 1964 y antes de 1979 lo que corresponde a tener una edad de 39 – 56 años hoy en día

De igual forma esta generación tienen vidas activas, equilibradas y felices en las que dedican gran parte de su tiempo libre a la cultura, el ocio al aire libre o la lectura

Según un estudio a largo plazo que realizó la Universidad de Michigan en el año 2011 los identificó como “activos en sus comunidades, mayormente satisfechos con sus empleos y capaces de equilibrar el trabajo, la familia y el esparcimiento. El producto llegara a ellos mediante la radio, televisión, revistas

4.2. Generación Y

Son las personas nacidas Entre 1982 y 1994, En el lenguaje popular también se les conoce como millennials, los cuales hoy en día tendrán entre 25-37 años de edad.

Su identidad cultural está directamente asociada a internet y a las redes sociales. Se manejan con naturalidad con los memes, los likes o la compra online. Son personas " multitarea " capaces de identificarse con roles muy distintos (un millennial pueden ser dj, influencer, nerd,

al mismo tiempo). El producto llegara a ellos mediante redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram.

4.3. Generación Z

La generación Z es el grupo demográfico nacido después del año 1995, generación humana anterior a la de los milenials.

La generación Z es conocida como el último salto generacional de la historia humana reciente y tiene rasgos peculiares debido al contexto histórico-cultural en que le tocó vivir.

La tecnología es para ellos es algo omnipresente en sus relaciones y parte esencial en sus vidas. Aún no se conocen los rasgos distintivos de dicha generación por estar aún en desarrollo y no se han incorporado plenamente en el mundo laboral.

A pesar de lo anterior, se pueden vislumbrar algunas características propias de la época en que viven y que influenciará, sin duda, el perfil de la generación Z.

5. LA NECESIDAD

Martínez. Lau (2013) escribe en su artículo salud 180 como periodista y comunicadora en la UNAM. desde hace 6 años vive en Madrid y colabora como corresponsal en salud180.com. El calor que desprenden abre la cutícula del cabello lo que trae como consecuencia una cabellera más quebradiza y poco sedosa. el especialista asegura que los artefactos de calor como planchas, pinzas calientes y secadores provocan que el cabello “hierva” hasta acabar rompiéndose y provocar alopecia (caída de cabello). Algunas planchas intentan suavizar esta acción dañina a través de iones negativos y calor infrarrojo, sin embargo el cabello queda afectado después de recibir tratamientos capilares estéticos basados en el uso concentrado de calor.

El calor producido por planchas, tenazas, rizadores provoca en el cabello que este se torne quebradizo sin vida, horquillado, sin vitalidad, entre otros factores visibles, por el uso de los artefactos ya mencionados las personas pueden llegar a presentar alopecia o pérdida excesiva de cabello, aunque la innovación de algunas planchas intentan suavizar esta acción negativa se tiene claro que el cabello se ve afectado por la diversidad de procesos realizados en él, además del uso excesivo de calor y el poco cuidado del cabello con productos que contengan vitaminas que ayuden a la reparación de este.

“Por su parte, (Daniel Llorens, 2014) cirujano capilar de la clínica “planas de Barcelona, señala que: A pesar de que los materiales con los que están hechas estas herramientas estéticas capilares han evolucionado mucho, no es bueno utilizar planchas y rizadores a diario. El uso excesivo puede deteriorar el cabello reseándolo. según la

calidad y la salud de nuestro cabello podremos usar las planchas dos o tres veces por semana. Además, agrega, es preferible utilizar las planchas y rizadores sobre el cabello seco, aunque algunos de estos instrumentos están adaptados para su uso con la melena húmeda, no mojada

Día a día la innovación de planchas mejora en el material usado en la fabricación bien sea utilizando cerámica y graduación de estas para un óptimo manejo de la temperatura deseada, con el fin de cuidar el cabello, y protegerlo del calor producido por sí mismo, aun así el uso excesivo puede provocar resequedad en el cabello, y se hace una recomendación clara en donde se dice que se debe usar la plancha en el cabello seco, dos o tres veces por semana para no dañarlo al 100% y no exponerlo a daños innecesarios.

Según Marta Vicente (2017) nos dice que la plancha de pelo se ha convertido en una herramienta imprescindible en el día a día de muchísimas mujeres, quienes la usan para lucir una melena más lisa o para moldearla; sin embargo, como sabemos, es un aparato que somete al cabello a temperaturas muy altas y que realmente puede acabar pasándole factura si no lo protegemos antes como es debido. A pesar de que hoy en día, los materiales con los que se fabrican las planchas están estrictamente diseñados y elegidos para proteger al máximo la salud del cabello, lo cierto es que un uso excesivo de estos aparatos puede acabar dañándolo profundamente y haciendo que no luzca bonito y sano.

Día a día se opta por tener un buen aspecto físico en los diferentes ámbitos de la vida, ya sea en el trabajo, universidad, grupos sociales etc. Lo cual lleva al uso de la plancha varias

veces, ya que con esto se logra un liso perfecto; pero como consecuencia a largo plazo el cabello al estar expuesto a altas temperaturas de calor puede llegar a dañarse a profundidad, lastimando la cutícula del mismo, lo que va a provocar a largo plazo daño en el cabello que será notorio como puntas abiertas, deshidratación, opaco, sin brillo, con un aspecto poco agradable ante los ojos de la sociedad, entre otros factores visibles.

Por otra parte, Wilmar Polo Vega (2014) afirma en artículo que: El uso de planchas frecuentemente y sin precauciones pueden producir daños, a veces irreparables en el cabello y cuero cabelludo. el cabello está constituido por varias capas, siendo la cutícula la parte visible y donde en realidad actúan la mayoría de los tratamientos aplicados. la cutícula capilar está compuesta por células desvitalizadas en forma de escamas entrelazadas, que le dan la forma y mantienen la estructura del cabello, y es la primera barrera de defensa para impedir que elementos nocivos penetren a las otras capas del cabello.

El cabello está constituido por varias capas, en donde las capas externas son las encargadas de suministrar al cabello de vitalidad, de igual manera realizar un acondicionamiento natural y proteger la fibra capilar de la exposición del calor producido por planchas, siendo la cutícula una de las más expuestas en donde actúan directamente la diversidad de tratamientos como tintes, mechas, permanentes; de igual manera actúan los productos que previenen y ayudan a la reparación capilar al estar en contacto directo con las capas externas

El calor producido por planchas, tenazas, rizadoros provoca en el cabello que este se torne quebradizo sin vida, horquillado, sin vitalidad, entre otros factores visibles, por el uso de los artefactos ya mencionados las personas pueden llegar a presentar alopecia o pérdida excesiva de cabello, aunque la innovación de algunas planchas intentan suavizar esta acción negativa se tiene claro que el cabello se ve afectado por la diversidad de procesos realizados en él, además del uso excesivo de calor y el poco cuidado del cabello con productos que contengan vitaminas que ayuden a la reparación de este. Por lo tanto, queremos satisfacer la necesidad de carácter estética, en donde se realiza anteriormente un estudio que nos da a conocer que una gran cantidad de población carecen de productos para el cuidado de su cabello y más cuando estos productos contienen elementos de productos naturales como nuestro producto

LISOCRESS

6. COMO SE VA A REALIZAR

Usaremos un canal directo corto de la siguiente manera: producción: en donde realizará el proceso de producción del termo protector a base de linaza... en donde se transformará la materia prima en el producto estrella LISOCRESS.

Primero vamos a obtener la materia prima y todos los excipientes usados para nuestro producto, luego este pasara por todos los pasos de transformación que son:

- 1: la cocción de la linaza que es nuestro producto estrella
- 2: dejar enfriar
- 3: pasar a filtración

4: la pulpa o sustancia obtenida será sometida a un proceso de mezclado en donde agregaremos los demás excipientes

5: empaque y sellado

Minoristas: en el cual se entregará el producto a minoristas ya sean empresas o personas los cuales venderán el producto al cliente final.

Cliente Final: en este paso el producto Llegará al consumidor final el cual mediante la fidelización recomendará el producto a sus conocidos.

7. ¿PORQUE LO PREFERIRÍAN?

Nuestro termo protector a diferencia de otros productos los cuales a largo plazo terminan dañando la fibra capilar, nuestro termo protector está hecho a base de un 80 % con ingredientes naturales los cuales le aportan gran cantidad de vitaminas a nuestro cabello y sin temor a que a futuro esto sea dañino pues nuestro producto estrella es natural y cero dañino.

7.1. El producto tiene un eco diseño?

En un mundo que avanza hacia los 8.000 millones de personas, el viejo paradigma de comprar-usar-tirar de la economía lineal ha quedado obsoleto y nos conduce a un futuro incierto. Es así como nosotros implementamos un diseño en el cual el envase es de plástico, este será reutilizable⁴ para la misma empresa creando una estrategia simple: en donde las personas pueden

⁴ Los Materiales Reutilizables son productos, componentes o envases que se vuelven a utilizar, evitando fabricar nuevos y por lo tanto ahorrando energía y materias primas necesarias para su fabricación

obtener beneficios con la entrega del envase vacío; el cual será reutilizado y al momento la persona recibe un valor un poco más bajo. Y es de esta manera que estamos cuidando el medio ambiente, y de igual manera generamos menos precios en la parte del envasado.

7.1.1. Agua: capacitación al personal con el ahorro de agua, para que tengan en cuenta la importancia de usar únicamente lo necesario y no desperdiciar; de igual manera optar por usar un químico para la desinfección para hacerla bien, eficaz y usando lo necesario.

7.1.2. Energía: usaremos bombillos ahorradores, y en lo que corresponde a maquinas se tendrá en cuenta comprar unas que tengan ahorro energético.

7.1.3. Materias primas: en lo que corresponde a la materia prima, la empresa usa un ingrediente estrella que es la linaza, este aparte de que contiene gran variedad de vitaminas, también es muy rentable ya que con poca cantidad se produce bastante y así estamos ahorrando en el proceso de producción.

7.1.4. Emisiones: en la entrega de nuestro producto si es dentro de la ciudad de Ipiales, optamos por el uso de bicicleta, y si es fuera de la ciudad optamos por usar transporte, de esta manera estamos reduciendo gastos.

7.1.5. Residuos: capacitación al personal del trabajo para el adecuado uso de los residuos de basura, reciclando lo más posible, además como mencionamos anteriormente nosotros

usaremos un embace plástico, el cual mes a mes se hará una campaña de depósito de envases en donde se lleva uno nuevo a más bajo precio si deposita dos embaces.

7.2. Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente: al momento de sacar al mercado nuestro producto vamos a comentar la idea de reciclar embaces, así las personas se unen más a la empresa, con el fin de cuidar el medio ambiente

7.2.1. Agua: tendemos que vender el producto y cuando este sea conocido y se familiarice con el mercado, podemos unirnos a una empresa que sea amigable con el agua.

7.2.2. Energía: en un futuro unirnos en campañas de la reducción de energía, campañas eco amigables.

7.2.3. Materias primas: en la parte de publicidad usaremos documentos de papel ecológico así seremos amigables con el medio ambiente y de igual manera se hace una reducción en gastos de publicidad.

7.2.4. Residuos: cada 2 meses presentaremos campañas dedicadas al reciclaje y teniendo en cuenta la promoción de nuestro producto y dando a conocer la idea de llevar dos embaces y así se lleva un producto a bajo precio.

8. ANÁLISIS DEL SECTOR

Nuestra empresa se va a enfocar en el sector de productos o secundarios, El sector secundario de una economía es el conjunto de actividades a través de las cuales las materias primas son transformadas en bienes manufacturados de consumo.

Este concepto suele ir muy ligado al de industria o actividad manufacturera, que produce bienes elaborados o semielaborados a partir de materias primas. Esto, mediante procesos de transformación que requieren la utilización de capital y trabajo. Por ello también se le conoce como sector industrial.

Por lo tanto, para llevar a cabo su actividad el sector secundario suele depender del sector primario como suministrador de materias primas, y del sector terciario para financiarse y contratar servicios auxiliares. Fuente (Ferrari, 2017)

8.1. ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

8.1.1. Identifique quien es su competencia: nuestra competencia va ligada con las nuevas oportunidades y la innovación ya que en el municipio de Ipiales no hay empresas que se dediquen a la producción de termoprotector y la generación de empleo, llevara al crecimiento de este municipio.

8.1.2. Defina las variables importantes para su idea de negocio: las variables de nuestra empresa son el cuidado del cabello el cual va a llegar a nuestra población primordial que son las mujeres que llevan una vida social activa necesitan siempre de productos de calor para mantener una presentación optima y al saber que el uso frecuente de este producto conlleva a un daño evidente del cabello con esto exploraremos un nuevo mercado dentro de nuestra sociedad.

LISOCRESS es una empresa que debería ELIMINAR Gastos innecesarios en maquinaria especializada y reemplazarla por mano de obra siempre y cuando estos procesos no afecten la entrega al cliente final, teniendo en cuenta que siempre debe denotar la calidad y el compromiso valores que nos caracteriza, además de REDUCIR envases de varios precios y tamaños que conlleve a escoger solo dos para tener opciones que se acomoden al bolsillo del consumidor, actualmente hemos decidido contar con dos presentaciones que hasta dar a conocer el producto serian accesibles al consumidor.

Queremos INCREMENTAR: Participación y distribución de peluquerías desde las más conocidas hasta las más pequeñas dándonos un alcance a la mayoría de clientes en la zona, queremos que cada rincón del municipio de Ipiales tengo al alcance nuestro productor, también se debe CREAR: una imagen que sea más llamativa de la mano con una campaña publicitaria dedicada a la belleza y al cuidado de la mujer, promoviendo la seguridad que cada mujer tiene en su interior y se refleje en el exterior y por medio de los colores que refleja nuestra marca cada mujer se identifique.



Lisocress
Termoprotector

*Cuida tu Cabello
de manera natural*

Lisocress
Termoprotector
Nutrición y Crecimiento
para tu Cabello

Lisocress
Termoprotector
Nutrición y Crecimiento
para tu Cabello

The advertisement features a woman with long, straight brown hair sitting on a wooden bench, wearing dark pants and sneakers. In the foreground, two bottles of Lisocress hair products are displayed: a larger, light-colored bottle with a pump dispenser and a smaller, clear spray bottle. The background is a light pink and white pattern with small pink dots and larger pink floral motifs. The overall aesthetic is soft and feminine.

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

	CALIDAD DEL PRODUCTO	EL PRECIO	ATENCION DE CLIENTE	CAPACITACION A MINORISTAS	PRODUCTO NATURAL	ENVASE ECOLOGICO
LISOCESS	5	4	4	4	4	2
KERASTASE NUTRITIVE NECTAR THERMIQUE	4	4	4	3	3	1
ArtNaturals Thermal Hair Protector Spray	5	4	4	3	4	1
ESTRATEGIA	INCREMENTAR	INCREMENTAR	CREAR	INCREMENTAR	CREAR	ELIMINAR

Nuestro proyecto se basa en la calidad y la eficacia del producto en cabellos maltratados por lo tanto en este no podemos escatimar en ideas de mejorarlo y va muy de la mano del precio ya que nuestra meta es llegar a cada hogar de las mujeres que tienen que mantener una presentación óptima y no hay nada mejor que lo pueda hacer con un producto con un precio accesible a la población Ipialeña, cuando se llegue a vender cada producto los minoristas tendrán una capacitación ideal de las propiedades de nuestro producto dando paso a una buena atención del cliente, ya que al ser bien asesorados podemos ir fidelizando para que nos recomienden y empiece el voz a voz que como nueva empresa nos ayudaría mucho para la utilidad esperada y así contribuir a la sociedad con empleo y buscando alternativas de ser amable con el medio ambiente evitando que el impacto de nuestros envases sea desfavorable para este.

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RECIDUOS
<p>PRODUCTO O SERVICIO. ¿EL PRODUCTO TIENE UN ECODISEÑO?</p>	<p>El agua hace parte fundamental como ingrediente para elaborar el producto, usaremos netamente lo necesario para la producción del mismo y en las cantidades necesarias para que no haya residuos ni mal uso de la misma</p>	<p>Utilizamos 2 máquinas las cuales nos ayudarán en el proceso de mesclado de ingredientes y empaçado, estas solo serán encendidas cuando el producto pase por cualquiera de estas dos partes</p>	<p>En el proceso de producción utilizamos un elemento natural (linaza) el cual no impacta a la naturaleza de manera negativa y nos ahorramos mucho por el no uso de químicos</p>	<p>No se ha realizado una medida de carbono, pero consideramos que las emisiones que se producen a la hora de la fabricación del producto son bajas debido a que no se utiliza químicos.</p>	<p>Igual en este que residuos se generan</p>
<p>MARKETING ¿REALIZA ALGUN TIPO DE CAMPAÑA QUE</p>		<p>Para la entrega de nuestro producto que va a ser por medio de domicilios y envíos se utilizarán medios de transporte alternativos</p>	<p>Para llegar a nuestros clientes y dar a conocer nuestro producto realizamos campañas 100% digitales por medio de plataformas como</p>		

FAVORESCA AL MEDIO AMBIENTE?		como lo son las bicicletas y o motos eléctricas para reducir la contaminación y ayudar a nuestro planeta	Facebook y anuncios en páginas de salud y belleza con el fin de evitar el uso de papel para hacer volantes u otro tipo de anuncios que no ayuden a reducir la contaminación		
------------------------------------	--	--	---	--	--

8.2. Análisis de Porter

Para poder estructurar mejor nuestra idea de negocio y saber como estamos en el sector en el cual vamos a competir, hemos realizado el siguiente análisis de las 5 fuerzas de Porter, el cual, nos va a permitir generar estrategias para poder tener una mejor posición en el mercado.

8.2.1. Poder de negociación con los clientes

Para poder realizar el análisis del poder de negociación con los clientes primero describiremos que estamos ofreciendo, lo principal que el cliente va a recibir es un producto de muy alta calidad de bajo costo y con ingredientes naturales, lo podrá adquirir de manera sencilla y en la puerta de su casa.

En el mercado existen muchos productos similares, la ventaja que nuestro producto posee es que su elaboración es de bajo costo, pero de una alta calidad, lo que podemos ofrecer al cliente es un producto más económico que los que ya existen con características similares en el mercado, además el cliente cuenta con la mejor atención y una asesoría personalizada del producto que va a adquirir, según el lugar se le informara del tiempo de llegada del producto, seguimiento constante del mismo y un numero de contacto en el cual se le enviara toda esta información. Lo que buscamos con esto es generar en el cliente confianza y que este prefiera nuestro producto sobre otros.

8.2.2. poder de negociación de los proveedores

Existen en el mercado muchas opciones para adquirir la materia prima que necesitamos para la elaboración de nuestro producto, entramos a analizar, comparar los precios y la calidad de los insumos que nos ofrecen los diferentes proveedores y así poder llegar a negociar con ellos la compra de los mismos, podemos considerar tener más de un proveedor y elegir las mejores alternativas y facilidades que estos nos puedan ofrecer, podemos decir que el poder de negociación de los proveedores debido a la gran demanda del producto base que necesitamos frente a los compradores.

8.3. Amenaza de Productos Sustitutos

Se considera cualquier producto sustituto, todo aquel que las personas usen para el cuidado de su cabello y puedan competir con la preferencia de lissocres.

Analizando las amenazas de los productos sustitutos hemos podido identificar lo siguiente:

- existen en el mercado muchas variedades de productos similares y marcas muy reconocidas elaborando productos sustitutos, pero casi la mayoría usa químicos en sus procesos, todo lo contrario que nuestro producto posee, sus componentes son 100% naturales.
- El precio de los productos que existen en el mercado son relativamente de medianos costos, sus rangos van de \$20.000 hasta \$50.000.
- El comprador puede buscar entre las muchas ofertas que existen en el mercado la que mejor se ajuste a sus necesidades. No hay costo para el cliente que deje de consumir nuestro producto.
- La elaboración de productos caseros hace parte de estos productos sustitutos.

8.4. Amenaza de productos entrantes

Para el análisis de los nuevos productos entrantes se hizo un previo estudio de las barreras de entrada que tendrían las nuevas empresas que quieran invertir en el sector. Las barreras que encontramos fueron las siguientes:

- Inversión necesaria: La inversión que se necesita para empezar una nueva empresa productora es medianamente costosa, se necesita inversión inicial para la adquisición de máquinas para cubrir el proceso de producción, capital para materia prima y toda la infraestructura necesaria para empezar a funcionar esta sería una barrera de entrada para los nuevos productores.

- Experiencia: la experiencia hace parte fundamental para ingresar a competir en este mercado ya sea experiencia en el proceso o la administración hacen parte de las barreras de entrada que tengan los nuevos productores,
- Diferenciación del producto: Hay que tener en cuenta que para entrar a competir en este mercado es muy importante diferenciar el producto de otros, ya sea por precio, diseño o beneficios. Competir con marcas ya reconocidas y posicionar sus productos en un mercado muy exigente hacen parte de una abarrera de entrada para nuevos productores.
- Podemos decir que la amenaza de productos entrantes es media debido a que se necesita de muchos factores para entrar a competir en este mercado y posicionar una nueva marca, con lisocres buscamos ingresar a este merado con un producto de muy buena calidad, natural y de más bajo precio que los que ya existen en el mercado.

8.5. Rivalidad entre los competidores

En el mercado existen muchas marcas y productos de protección capilar ya posicionados como son:

- Maxybelt
- TRESemme
- Saloon
- kerastace
- revlon

entre otras marcas existentes, al haber gran variedad de productos similares se entra en una competencia de calidad, precio y márketing para que nuestro producto sea más aceptado en el mercado, en este proceso la calidad y el precio es fundamental para que se pueda competir con estas marcas ya reconocidas.

9. SEMANA 5

9.1 NÚCLEO

lissocress como un producto termo protector que previene y protege del daño gracias a la gran cantidad de vitaminas beneficiosas para el cabello, obtenidas gracias al ingrediente principal que es la linaza la cual es una semilla de origen natural.

Se menciona anteriormente el ingrediente estrella que maneja Lisocress es la linaza, la cual contiene gran variedad de vitaminas como ácidos grasos, omega 3, vitamina E, los cuales aportan vitalidad brillo y sedosidad a la fibra capilar, convirtiendo así a este producto en un extraordinario colaborador para el fortalecimiento del cabello

9.2 CALIDAD

El calor producido por planchas, tenazas, rizadores provoca en el cabello que este se torne quebradizo sin vida, horquillado, sin vitalidad, entre otros factores visibles, por el uso de los artefactos ya mencionados las personas pueden llegar a presentar alopecia o pérdida excesiva de cabello, aunque la innovación de algunas planchas intentan suavizar esta acción negativa se tiene claro que el cabello se ve afectado por la diversidad de procesos realizados en el, además del uso excesivo de calor y el poco cuidado del cabello con productos que contengan vitaminas que ayuden a la reparación de este, al contener vitaminas e ingredientes naturales hace que nuestro producto se diferencie ya que no solo protegerá por todos sus componentes sino que además

ayudara a reparar el cabello además de estimular cada folículo de él.

9.3 ENVASE

El envase es muy práctico para llevar a cualquier lado y se puede usar en cualquier momento. además de accesible al público, contiene todas las especificaciones del producto como guía de seguridad y calidad de este.



DISEÑO

El presente Manual de identificación LISOCRESS es una herramienta básica para las diferentes acciones de comunicación de la entidad, por cuanto define las normas de diseño, diagramación, colores, tipografía que deben usarse en la papelería, formas, identificación personal, publicaciones, señalización y usos en medios de comunicación social.

Como aquí se contemplarán las aplicaciones de la identidad más generales, la interpretación correcta de las normas estipuladas en este manual bastará para dar una respuesta profesional a otras piezas gráficas más específicas, sin que ello limite la creatividad de quienes se encarguen de su interpretación.

Puesto que habrá algunas variaciones en relación con el diseño, diagramación y tipografía de algunas piezas gráficas vigentes, se entenderá entonces que la aplicación de tales variaciones se hará de manera progresiva para evitar gastos no previstos.

OBJETIVOS

El sistema de identificación de la marca persigue esencialmente los siguientes objetivos.

1. Posicionar el logotipo de la marca
2. Unificar los criterios de uso del logotipo, de colores y tipos de letras
3. Normalizar los diseños de señalización publicaciones y promoción de LISOCRESS

9.4 SERVICIO:

El municipio de Ipiales no tiene productos similares que sean diseñados por ipialeños para ipialeños en el cual no hay variedad que pueda enriquecer este tipo de mercado, así como tampoco se le ha dado un espacio para que la sociedad se interese y llame la atención la adquisición de termo protectores, por lo tanto al crear este producto que esta basado en un producto natural como son Las semillas de linaza son ricas en minerales y vitaminas, especialmente tienen un alto contenido de ácidos grasos como Omega 3. Por esta razón son consideradas uno de los alimentos más poderosos de origen vegetal y para el cabello tiene los siguientes beneficios:

- Controlan la caída del cabello. (Para obtener este beneficio, debes tomar una cucharadita en ayunas).
- Crecimiento: Acelera el crecimiento de las hebras capilares, las cuales se verán más gruesas, fuertes y saludables. (Ideal hacer masajes con aceite en el cuero cabelludo).

Horquilla: Previene y repara las puntas abiertas y el pelo quebradizo

i El canal de distribución consiste en un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocios. Algunos canales son:

Canal de marketing directo: no tiene niveles de intermediarios; la compañía vende directamente a los consumidores.

Canal de marketing indirecto: incluye a uno o más intermediarios.

Otros: canal de distribución convencional, vertical, corporativo, contractual, franquicia, horizontal entre otros.

"QUE TU PRODUCTO O SERVICIO SEA CONVENIENTE, DEBE ESTAR EN EL MOMENTO Y LUGAR QUE EL CLIENTE LO NECESITE"

9.5 CANAL MARKETING INDIRECTO

Canal corto: vamos a empezar por promocionar nuestros productos en la peluquería ya que al utilizarlos con sus clientes se recomendará el producto y así podrá acceder al cliente por sus presentaciones prácticas. Y vamos a empezar con:

- Capacitar al cliente: el cual se realiza Explicándoles a los usuarios, los antecedentes por los cuales se presenta el daño en el cabello (estrés, falta de vitaminas, uso excesivo de planchas, cambios climáticos etc.).
- Interacción con el usuario: con las cuales se pretende darles a conocer como se verá beneficiado el usuario con el uso de nuestro producto, todo lo que contiene y las soluciones que da este.

Algo muy importante dentro de este punto es escuchar al usuario para saber cuáles son sus necesidades exactamente escuchar quejas y sugerencias y ser muy honestos con ellos y hacerlos sentir en confianza

- Calidad del servicio: La calidad del servicio se medirá mediante encuesta a las personas que optan y usan este producto; y mediante un buzón de sugerencias los cuales estarán disponibles para los usuarios con el fin de saber en qué se debe mejorar

La Fidelización de clientes: el cual se va a lograr mediante muestras, promociones y obsequios.

Cave aclares que La persona que ha disfrutado de una buena experiencia de compra no solo se convertirá en un cliente fiel, sino que además recomendará el producto entre sus conocidos.

10. ESTRATEGIA DE PRECIOS

Esta la realizamos mediante dos variables:

- Realizamos un estudio de inversión, en donde se observa que se usa un 30% en el proceso de producción de cada unidad, lo cual nos genera una Gancia del 70% o más dependiendo de lo que se desee anexar para subirle el valor de la presentación.

Costos fijos

Arrendamiento, publicidad mensual: 62.800 Servicios públicos mensuales: 236.000

Costos variables:

Linaza, benzoato, vitamina E, Dovená, frutaroma, gas, envase :\$241.500

Costo mano de obra:

Tres trabajadores, pago mensual \$ 103.500 pago por horas

Valor unitario: 20.000

Valor de inversión unitaria: 5.810

- b. Realizando un estudio de mercado, se evidencia que los productos cosméticos existentes tienen una gran variedad de precios, lo cual lo tenemos en cuenta para saber el precio de la competencia, aclarando que Lisocress ofrece exclusividad lo cual se le da un valor agregado.

Cabe resaltar que nosotros en la primera feria empresarial que se dio en el año 2019, de Ipiales- Nariño; notamos las siguientes opiniones de las personas:

- Un 80% de personas nos daban a conocer que su interés estaba relacionado con el precio, puesto que si es más elevado el valor de un producto cosmético este genera confianza y calidad.
- De igual manera nos dieron a conocer sus vistos buenos en lo que corresponde al diseño y presentación de nuestro producto
- Un 20% de personas nos comentan que si su estilista personal o de preferencia les recomienda el producto ellas optarían por probarlo.

11. PORTAFOLIO

¿Quiénes somos?



Somos una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de un producto que promueve el bienestar y la belleza del cabello, sus componentes son 100% naturales, de alta calidad y bajo precio denominado LISOCRESS. El cual ayuda a mejorar la salud del cabello evitando la caída del mismo, la resequedad del cuero cabelludo, ayuda a nutrir las fibras capilares para tener un cabello más fuerte y brillante aumentando la salud, la calidad de vida de las fibras capilares y se ajusta a todo tipo de cabello.



Tenemos diferentes presentaciones que se ajustan a las necesidades y gustos de nuestros clientes, dependiendo del lugar donde ellas los vayan a utilizar y del contenido que ellas deseen para mejorar el bienestar de su cabello.

LISOCRESS 250 ML



Cuidar el cabello es imprescindible no importa en el lugar que se encuentre por eso en lisocress hemos creado una presentación de 250ml la cual se puede llevar a todos lados, no ocupa mucho espacio en su bolso o cartera. Especial para aquellas mujeres que trabajan y cuentan con poco tiempo disponible y que quieren cuidar su cabello para verse y sentirse bien, para aquellas mujeres que viajan ya sea de vacaciones o por trabajo pueden llevar lisocress donde ellas deseen y evitar sufrir daños en el cabello en cualquier ambiente donde ellas se encuentren.

LISOCRESS 500ml



Lisocress 500ml es una presentación ideal para aquellas mujeres que trabajan desde casa o son amas de casa, las cuales cuidan y protegen su cabello, pueden usarlo en el momento que ellas deseen como por ejemplo después de salir de la ducha, antes de salir de su casa o al momento de llegar o cuando ellas deseen para tener una buena salud en su cabello.

Su diseño está elaborado para que se pueda usar fácilmente, se pueda resellar y guardar para próximos usos sin que este ocupe mucho espacio.

Lisocress 1000ml



Lisocress 1000ml está diseñado para usarlo en el hogar y compartirlo en familia, con hermanas hijas o madres su contenido nos asegura mayor duración del producto para tener nuestro cabello siempre hermoso brillante y nos ayuda a mantener una buena salud de las fibras capilares para verse y sentirse bien

12. MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

MARKETING MIX						
ESTRATEGIA	OBJETIVO SMART	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
PRODUCTO	Se va elaborar una edición especial de 100 ml en 500 unidades para aumentar las ventas en un 20% el 2do semestre del 2021	Vamos a realizar una producción de 500 unidades de lisocress, en una edición especial cambiando el empaque y el contenido de nuestro producto a 100 ml	Vamos a realizar este cambio en nuestras instalaciones de producción	Se realizará en el segundo semestre del 2021 entre enero y agosto	Lo realizarnos para los clientes ubicados en el departamento de Nariño	Esta producción tendrá un valor aproximado de \$500.000
PRECIO	Vamos a realizar un descuento especial del 15% en 1000	Realizaremos un descuento especial de nuestro producto en	En el área de finanzas vamos a realizar esta estrategia de	Se realizará en fechas especiales como día de	Esta promoción va a ser válida dentro del	Tendrá un valor aproximado de \$1.000.000

	unidades para las fechas especiales del año 2021 como los son el día internacional de la mujer y el día de la madre.	todas sus presentaciones del 15% con un límite de 1000 unidades del producto	precio en las unidades seleccionadas	la mujer y el día de la madre	departamento de Nariño	para realizar este descuento.
<p style="text-align: center;">PROMOCION Y COMUNICACION</p>	Por la compra de dos productos de 1000ml de lisocress lleve uno gratis de 250ml solo 250 unidades disponibles, esta promoción la vamos a realizar para el	En nuestra tienda digital vamos a lanzar esta promoción para aumentar las ventas del producto de 1000ml en 20%	Este lo vamos a realizar en nuestra tienda digital	Se realizará entre los meses de agosto a diciembre de 2021	Solo para envíos y compras de la ciudad de Ipiales	Tendrá un costo aproximado de \$300.000

	2do semestre 2020					
--	----------------------	--	--	--	--	--

Nombre de la idea: termoprotector LISOCRESS

1. Primer paso: diagnostico del mercado

1.1. Objetivo: Identificar el sector

1.1.1. Resultado: nos encontramos en el sector de industria cosmética y de aseo según la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), el país ocupó el cuarto lugar en ventas de maquillaje y cosméticos en Latinoamérica. Solo en 2018, se movieron US\$3.422 millones en el mercado de este sector.

Sin embargo, las nuevas generaciones buscan un maquillaje natural y **libre de químicos**. Un reto acorde para la biodiversidad que caracteriza este país. Gracias a su posición geográfica que le brinda gran luminosidad durante el año, es posible que se den un sinnúmero de plantas, árboles, frutas y especias que brindan grandes propiedades para productos de maquillaje y cosmética natural, en el sector de salud y belleza.

1.2. Objetivo: Identificar marcas de competencia

1.2.1. Resultado: existe una diversidad de marcas en la competencia que se dedican a la fabricación de termoprotector para el cabello como: la línea de DROMATIC que es una de las más usadas a nivel nacional, y muy usada en Ipiales, pero hasta el momento no existe uno que este a base de ingredientes naturales, lo cual nos hace diferentes y llamativos en el sector

1.3. Objetivo: Soluciones principales y alternativas

1.3.1. Resultado: las líneas de termoprotector existentes actualmente ofrecen envíos, además que ya son conocidas en el mercado ejemplo DROMATIC tiene una línea completa de productos cosméticos, ofreciendo una amplia variedad, para que las personas tengan para escoger lo que mas se incline a sus necesidades y además esta lleva en el mercado 38 años.

1.4. Objetivo: Tendencias del mercado

1.4.1. Resultado: normalmente en estéticas o para uso personal optamos por usar termoprotector para evitar el daño del cabello, y por lo general en la ciudad de Ipiales es muy usual optar por el uso de la línea de DROMATIC o termoprotectores recomendados por los propios estilistas.

1.5. Objetivo: Arquetipo de la marca

1.5.1. Resultado: creador, protector, cotidiano explorador

2. Segundo paso: realidad psicológica de la marca

2.1. Objetivo: Percepción de las marcas de la competencia

2.1.1. Resultado: calidad, precio accesible, diseño

2.2. Objetivo: Identificar variables de neuromarketing

2.2.1. **Resultado:** tienen varias presentaciones lo que lo hace accesible a varias personas, además manejan un aroma en el terminado de cabello lo cual quiere decir que si lo usas tendrás un hermoso cabello, un buen peinado , lo cuidas de daños futuros y obtienes un olor espectacular

3. Tercer paso: posicionamiento

3.1. Objetivo: Identificar top of mind

3.1.1. **Resultado:** las personas les gusta la accesibilidad en precios, ya que este esta en diferentes presentaciones, lo encontramos en pequeñas cantidades desde 3000 pesos

3.2. Objetivo: Identificar top of hear

3.2.1. **Resultado:** les gusta los resultados obtenidos, la calidad que ofrece, y el cumplimiento de la propuesta, evidentemente el uso de tenazas o planchas hoy en día es muy habitual lo cual nos obliga a mantener un cuidado especial en el cabello y eso le gusta a la gente el cuidado personal que se dedica especialmente a satisfacer la necesidad, e incluso los resultados y el olor que queda permanente en el cabello.

4. Cuarto paso: realidad material de la marca

4.1. Objetivo: Traducir nuestra propuesta de valor en la marca

4.1.1. **Resultado:** nuestro producto es enfocado al cuidado estético especialmente en el cabello, nosotros pretendemos dar a conocer nuestro termoprotector el cual está hecho a base de un ingrediente natural que aporta gran cantidad de vitaminas beneficiosas para el cabello, nosotros daremos paso a que las personas noten la calidad del producto, la exclusividad, el cuidado que se ofrece a largo plazo, la confianza y todos los anexos como obtener un peinado fantástico sin preocupaciones del uso de calor producido por planchas, además un olor exótico.

5. Quinto paso: estrategia de comunicación

5.1. **Objetivo:** Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligados a la mediación tecnológica y de redes sociales

5.1.1. **Resultado:**



VARIABLES PERMITIDAS



COLORES
ORIGINALES

VARIABLES NO PERMITIDAS



SOBRE FONDO
BLANCO



ESCALA DE
NEGROS Y BLANCOS



CAMBIAR
COLORES



CAMBIAR ORDEN
DE TIPOGRAFÍA



VARIAR
TIPOGRAFÍAS



DEFORMAR HORIZONTAL
O VERTICALMENTE

COLORES

Se escogió el color morado en el fondo de la marca con el concepto de tener un mejor impacto visual ya que es un color que representa mucho la sofisticación y elegancia además que es un color que asocia mucho el misterio demostrando un fuerte interés en lo que se está ofreciendo, también es un color que representa mucho al glamour

Y con la tipografía se usa el color blanco para dar un concepto de pureza y por el simple hecho de el uso de contraste ya que da una mejor visualización hacia lo que se está ofreciendo

COLORES PARA PUBLICIDAD VIRTUAL

Para el modo de color para publicidad virtual usamos el modo de color RGB que es una sigla formada por los términos de la lengua inglesa red (“rojo”), green (“verde”) y blue (“azul”). El concepto suele emplearse para referirse a un modelo cromático que consiste en representar distintos colores a partir de la mezcla de estos tres colores primarios.

Para este modo de color los colores que se usaron son los siguientes

R:148 G:53 B:112

A continuación, la imagen con sus respectivos colores y códigos de color para publicidad virtual



R:148 G:53 B:112



R:254 G:254 B:254

Generando el color morado de código de color: #943570 - PANTONE 249 C

Y para el color blanco código de color: #FEFEFE - PANTONE Trans. White

TARJETAS DE PRESENTACION

Tarjeta de presentación en un formato general de tamaño 9x5,5 centímetros únicamente para dar información contundente de contactos y redes sociales donde se hace toda la mayor parte de publicidad generando un consumo menor de publicidad impresa ayudando a la conservación del medio ambiente



13. MARKETING DIGITAL

Página Web: <https://lisocress.wixsite.com/termolisocress>

14 HISTORIA

Lisocress nace de una necesidad de dos amigas por cuidar su cabello, era el 2018 cuando hablaron por que la uno decoloraba muy seguido su cabello y la otra utilizaba productos de calor y pensaron en un producto que protegiera su cabello, ellas siempre hablaban de la linaza y sus propiedades les gustaba los productos naturales para proteger y hacer crecer su cabello.

En agosto del 2018 empezaron a realizar un producto que les funcionaba en ellas y empezaron a entregar pequeñas muestras a las compañeras de su universidad, ellas a ver el

producto cuidaba y hacía que su cabello creciera sano y fuerte, fueron sugiriendo que se haga en diferentes tamaños y de fácil acceso.

Al terminar el 2018 y el ciclo universitario decidieron vender el producto en tamaños más grande, poco a poco se fue recomendando, pero quedo en un pequeño negocio solo para las más allegadas.

En el año 2019 una de ellas participo en un reinado importante dentro de la universidad y se sorprendieron que a pesar de la cantidad de planchas y muchos otros objetos de calor, los cuales pensaban que maltrataban el cabello, pero lisocress le ayudo a proteger y ayudar en su crecimiento., las concursantes decían cuál era el secreto.

El producto actualmente ha ido teniendo mayor acogida en el municipio de Ipiales por la efectividad y ya que los resultados se miran de inmediato, además de que sus empaques son llamativos y hay puntos estratégicos de venta los cuales están al acceso de toda la población.

15. METRICAS CLAVE

LISOCRESS creo un sitio web en donde se observa la familiarización con el producto y las personas, el diseño usado es llamativo para las mujeres y la experiencia que tiene las personas es realmente satisfactorio; esto no lo dieron a conocer amigas, conocidas y familiares; puesto que la la pagina es clara y es muy fácil de usar además que el producto de belleza es muy llamativo e innovador, en la página atenemos los contactos para mayor información y las paginas asociadas como son las cuentas de Facebook e instaran, en donde ellos podrán observar la diversidad de campañas, ofertas, publicidad, tratamiento de cuidado capilar que ofrecemos. En este análisis fue muy notorio la voz a voz, pues las visitas y los mensajes se fueron incrementando,

debido a que las personas compartían la página con sus contactos, y los mensajes que recibimos fueron realmente satisfactorios.

A continuación un análisis CAC y LTV nosotros lo vamos a hacer mediante imágenes en donde hemos promocionado nuestro producto y podemos evidenciar la acojina de las personas a este, como se inicia a familiarizar.

$$CA = \frac{\$ \text{ Invertido en la publicidad digital}}{\text{Cuantas personas contactaron para adquirir el producto}}$$

Inversión neta, del producto a cuanto se

LTV : lo vende y cuál es la ganancia real



← Lisocress ⚙️

Lisocress ▾

Resumen Recursos y herramientas

Inicio Eventos Publicaciones Opiniones Foto

Lisocress 12 mar. a las 4:58 p. m. • 🌐



Winnie Cooper y 2 personas más

Me gusta Comentar Compartir

43 personas alcanzadas > Promocionar publicación

CREAR PUBLICACIÓN

← Lisocress ⚙️

Lisocress ▾

Resumen Recursos y herramientas

Inicio Eventos Publicaciones Opiniones Foto



Winnie Cooper y 2 personas más

Me gusta Comentar Compartir

Completa la promoción de tu publicación

Si promocionas esta publicación, más personas la verán en la sección de noticias y puede obtener más Me gusta, comentarios y contenido compartido.

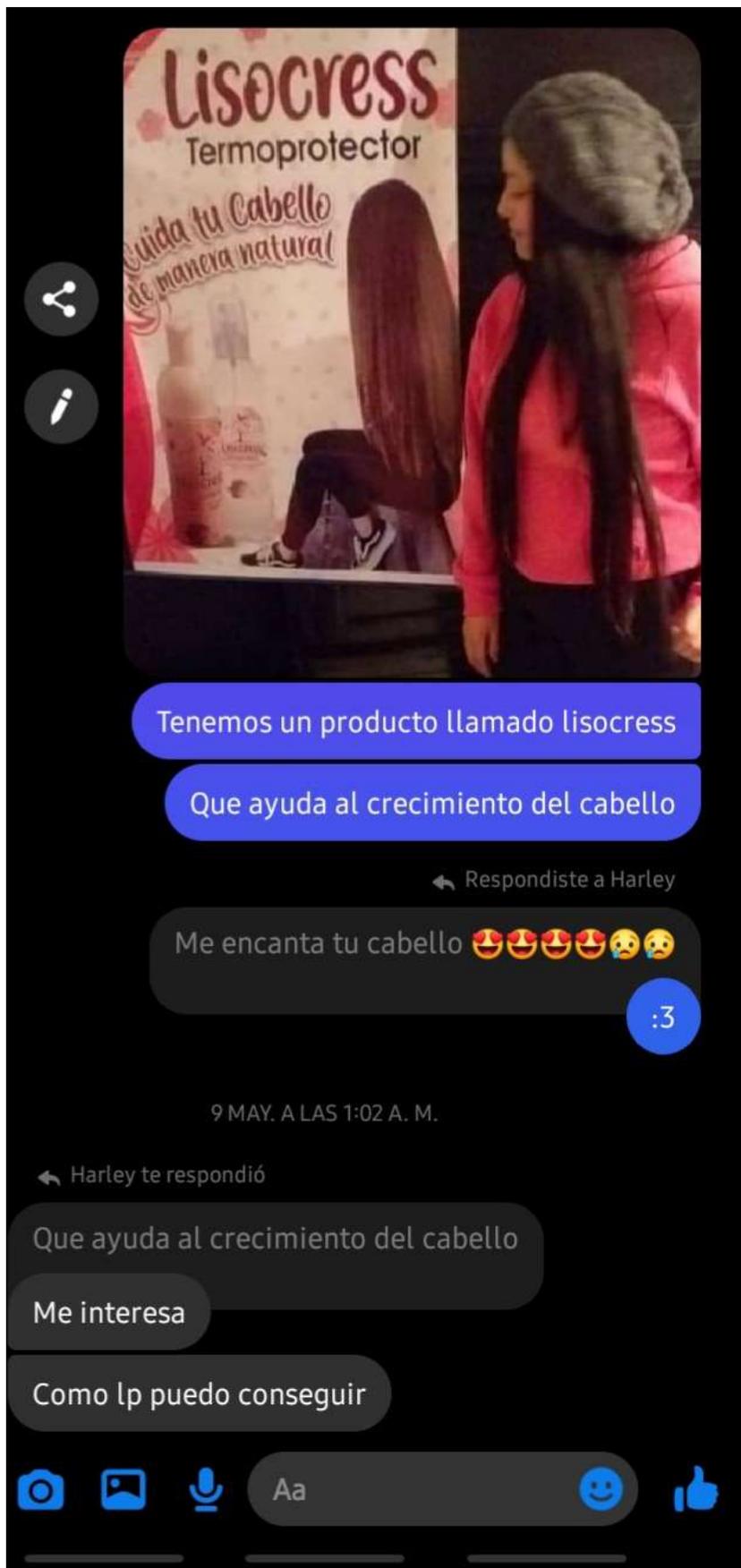
69 personas alcanzadas > Promocionar publicación

Lisocress 12 mar. a las 4:58 p. m. • 🌐



CREAR PUBLICACIÓN





16. MACROLOCALIZACION

La empresa LISSOCRES se instalará en la ciudad de Ipiales que se encuentra ubicada al sur occidente de Colombia en el departamento de Nariño que corresponde al altiplano andino de Tuquerres e Ipiales. La ciudad limita con el país de Ecuador y se encuentra a 3 km de distancia de la frontera, a 58 km de la ciudad de pasto capital del departamento. Se comunica con el interior del país por medio de la vía panamericana una carretera en excelente estado la cual se une también con la carretera que conduce a la ciudad vecina de Tulcán Ecuador.



Fuente: mapamundi

UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Ipiales al ser zona de frontera es considerada una ciudad comercial y en crecimiento, debido a esto hemos elegido este lugar el cual nos brinda mayor conexión con otro país, un inconveniente que encontramos es que en Nariño no se produce linaza y hay que importarla desde

el vecino país de Ecuador en donde se cultiva este producto. Ipiales es una ciudad de clima frío su principal lugar turístico es el santuario de nuestra señora de las Lajas visitado por propios y extranjeros durante todo el año, se encuentra a 17 minutos por carretera con una distancia de 8,8 km de distancia.

17. MICROLOCALIZACIÓN

La planta prevista a instalarse para desarrollar nuestro producto y su comercialización se ubicará en la ciudad de Ipiales en la zona de Puenes entre carrera 6ta y calle 26 una zona comercial en donde se encuentran empresas prestadoras de servicios como Ipisur Ipiales que presta el servicio de internet y televisión por cable, Empoobando la cual presta el servicio de agua potable y el centro comercial gran plaza.

Lugar donde se ubicará la empresa



Fuente: Google Maps

Localización óptima de la empresa

Infraestructura

El lugar en donde vamos a desarrollar nuestra actividad cuenta con infraestructura necesaria para su funcionamiento con un área total de 1000 m² en los cuales vamos a realizar las adecuaciones necesarias para cumplir con las normas necesarias emitidas por el ente de control

Vías de acceso

Referente a esto la empresa cuenta con vías en excelente estado, son vías principales las cuales atraviesan la ciudad de extremo a extremo haciendo más fácil la llegada al lugar ya sea de insumos o clientes.

Transporte

En cuanto a transporte, el lugar donde se encuentra la empresa cuenta con servicio de bus, prestado por las empresas colectivos ciudad de Ipiales, Supertaxis del sur y taxias la frontera. La ciudad también cuenta con un aeropuerto denominado aeropuerto san Luis en cual proporciona el transporte aéreo.

Talento humano

La ciudad en la cual vamos a instalar la empresa cuenta con la sede de una universidad pública y otras privadas lo cual nos certifica que hay talento humano preparado para realizar las labores que sean asignadas.

Capital requerido

Hemos determinado el capital que se requiere para las adecuaciones del lugar donde va a funcionar la empresa, así como los costos de materia prima e insumos en la siguiente tabla:

Adecuación de las instalaciones	
Adecuación de zona de producción	\$1.000.000
Adecuación de zona de empaque	\$1.000.000
Adecuación de oficinas	\$500.000
Adecuación de zona de bodega y despacho	\$1.000.000
Adecuación de exteriores	\$500.000
Total inversión	\$4.000.000

Para usar las instalaciones hay que pagar un arriendo mensual de \$800.000 más gasto de luz en promedio 60.000 mensuales y agua con un promedio de \$70.000 con servicio de alcantarillado incluido para un total de inversión para iniciar de 4.800.000 en infraestructura.

Requerimientos técnicos				
Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura- adecuaciones	lote	1	\$800.000	Área de 1000 m2
	zona de producción	1	\$1.000.000	Área 400 m2 Espacio con buena ventilación Piso cubierto con baldosa anti Tubería anticorrosiva Agua potable Energía eléctrica Piso con baldosa anti deslizante
	Zona de empaques	1	\$1.000.000	Área 200m2 zona con buena ventilación tubería anticorrosiva buena ventilación energía eléctrica
	oficinas	1	\$500.000	Área 100m2 Espacio con buena ventilación Piso en baldosa antideslizante Paredes pintadas con colores claros
	Zona de bodega	1	\$1.000.000	Área 300m2 Área con buena ventilación Energía eléctrica

				Piso con baldosa antideslizante
	exteriores	1	\$500.000	Pintura con colores llamativos Logo de la empresa
Maquinaria y equipo	olla industrial	1	\$275.000	-Capacidad 16 litros -Acero inoxidable -Cocción en 30 minutos -maraca Imusa -vida útil 5 años
	Mesclador industrial	1	\$2.000.000	Caudal máximo 1000 l/H Motor 4w Capacidad 43 litros Peso 80 kg Vida útil 20 años
	Estufa industrial	1	\$400.000	Peso 38 kg Altura 70 cm 2 fogones Material acero inoxidable Vida útil 10 años
	Licadora industrial	1	\$300.000	Marca: nova Capacidad: 16litros Motor 1.1 Voltaje 220 Material acero inoxidable Vida útil: 5 años
	Embudo	1	\$80.000	Capacidad 10 litros Altura 80cm Ancho 30cm Vida útil 10 años

Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	1	\$1.750.000	Características HP All in One, Todo en uno, Computadora HP, 22-c0091a, AMD A9, Windows 10 Home, Full HD, HP Privacy, Magic Desktop, DVD Regradable. Touchscreen, Pantalla Touch, Pantalla Táctil, Pantalla Multitáctil Peso 7.76 kg
	Impresora	1	\$569.900	Sistema operativo Windows vista Velocidad de impresión 33ppm Capacidad 100 hojas Alto 37 cm Ancho 58 cm Peso 4 kg
	Teléfono de mesa	1	\$80.000	Dimensión 150mm x 96mm Peso 476 g
Muebles y enseres	Escritorio el L	1	\$369.900	Largo 40cm Largo 120 cm Alto 73 cm Peso 34 kg Espesor 15 mm
	Silla tipo escritorio	1	\$149.900	Material malla Altura 94cm Ancho 60cm
	archivador	1	\$299.900	Ancho 49 cm Material aglomerado de madera Altura 82 cm

Otros				
Gastos preoperativos	constitución	1	\$34.000	Constitución de sociedad
	Formulario de registro mercantil	1	\$4.500	Formulario
	Registro	1	\$70.000	Impuesto de registro

Método de escalación

Planta de producción

ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	10
Capacidad anual	36.000
Capacidad mensual	
Nº de días de operación (25 días)	3.000
Horas de producción	120,0



19 tabla de requerimientos

Productos lisocress

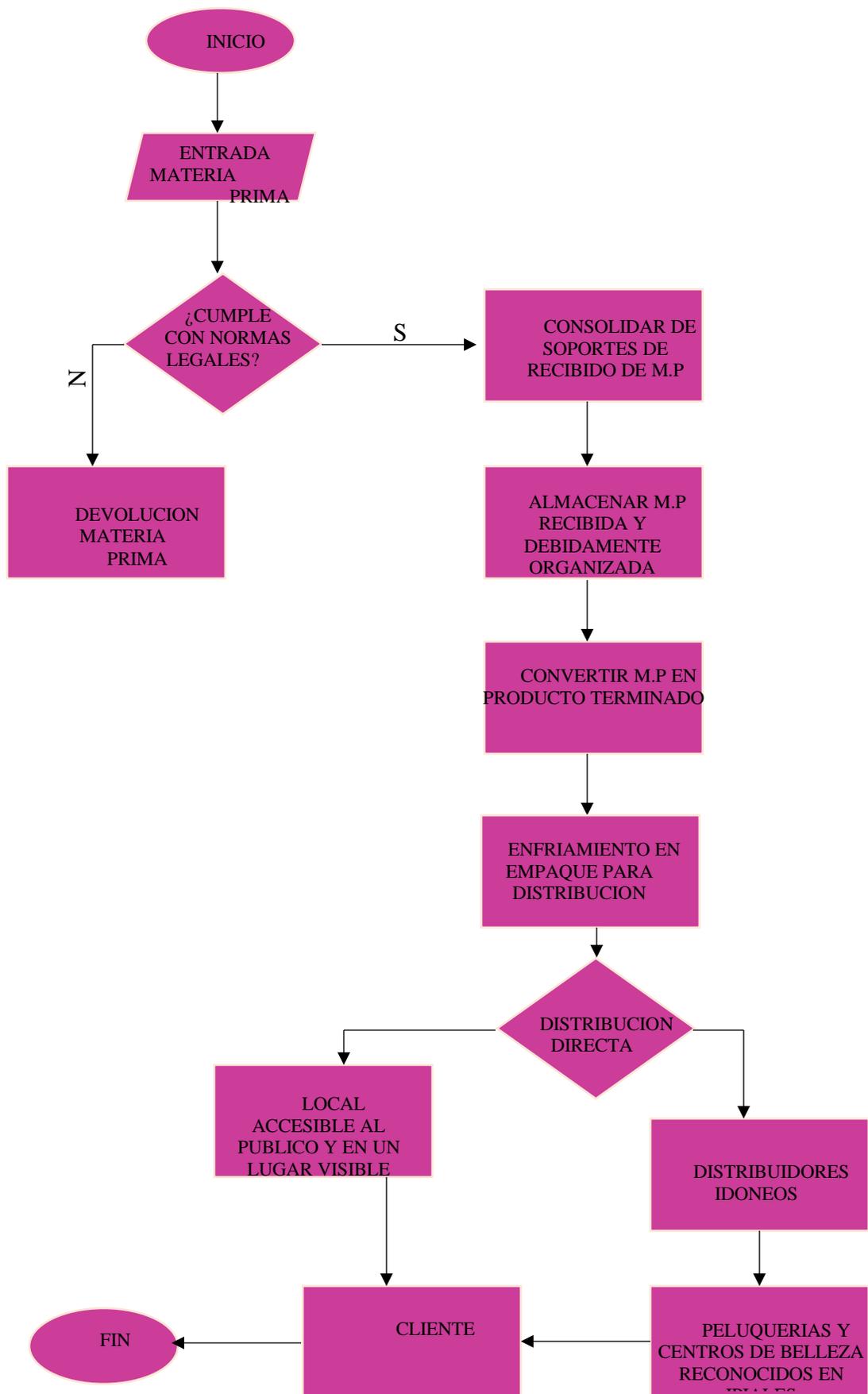
- Linaza 500g: 15.000
- Benzoato de sodio 1000cc: 27.000

- Ampolla Vitamina E Biocress10: 1 ampolla de 13 ml: 6.000
- Dovená 500cc: 20.000
- Frutaroma 500cc: 20.000
- Pipeta de Gas: 36.000

Envase: pequeño 5.000, mediano 7.000 y grande 8.500

Bien / Servicio: LISOCRESS				
Unidades a producir: 60 UNIDADES				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
SOLICITAR M. P.	15 MINUTOS	DPTO DE CONTROL	3	1 TELEFONO Y 1 COMPUTADOR
RECEPCION M.P.	20 MINUTOS	DPTO DE CONTROL	3	1 COMPUTADOR
ALMACENAMIENTO	30 MINUTOS	DPTO DE LOGISTICA	2	1 ESTANTES DE CONSERVACION
PREPARACION	60 MINUTOS	DPTO DE PRODUCCION	3	1 ESTUFA, 1 MEZCLADORA, 2 OLLAS, 1 CUCHARA Y 1 EMBUDO
ENFRIAMIENTO	30 MINUTOS	DPTO DE PRODUCCION	1	1 RECIPIENTE DE ENFRIAMIENTO
DISTRIBUCION	120 MINUTOS	DPTO DE DISTRIBUCION	2	1 MOTO 1 CAJA METALICA
Total	275 MINUTOS	4	14	13

20 flujograma de procesos



21 producto Mínimo Viable

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>Cabello maltratado por uso excesivo objetos de calor, químicos y cambio de clima</p>	<p>mujeres de generación X, Y y Z</p>	<p>con un termo protector a base de componentes naturales como la linaza</p>	<p>1 realizar un estudio de factibilidad en la población (gratela)</p>

Create your own at [Storyboard That](https://www.storyboardthat.com)

22 FICHA TECNICA

LOGO DE LA EMPRESA	NOMBRE DE LA EMPRESA		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
B. OBJETIVO			

C. METODOLOGIA	

D. DESCRIPCIÓN GENERAL
D. DURACION

E. ENTREGABLES
G. PERFIL DEL CLIENTE

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO



Firma del responsable del servicio:

JEFE DE PRODUCCION

Nombre del Responsable del servicio

GABI NATALIA TORO

Firma:

GBN

	LISOCRESS		
	CODIGO	VERSION	FECHA
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
TERMOPROTECTOR LISOCRESS			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
<p>LINAZA: esta semilla es rica en minerales y vitaminas, especialmente tiene omega 3 lo cual es muy beneficioso para el folículo piloso</p> <p>vitamina E: esta vitamina es muy benefiosa ya que evita la perdida de cabello y la alopecia, permitiendo que el folículo piloso absorba de manera mas efciente los nutrientes .</p> <p>aoeite de coco: este ayuda en la nutricion del cabellos maltratados, ademas de que deja un aroma agradable; ademas contribuye a la hidratacion del caballo.</p> <p>excipientes: los cuales nos ayudan a mejorar el color, aroma, y conservacion del producto.</p>			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
2 de 250 ml 1 de 150 ml 1 de 100 ml			
			
			
D. TIPO DE ENVASE			
<input type="checkbox"/> envase pomero <input type="checkbox"/> envase tipo shampoo <input type="checkbox"/> envase dispensador <input type="checkbox"/> envase atomizador			
E. MATERIAL DE ENVASE			
material plastico			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			

	LISOCRESS		
CODIGO	VERSION	FECHA	
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
<p>mantener en un lugar fresco y seco</p> <p>no se debe exponer al sol, ya que asi se perderia el efecto</p> <p>mantenerlos a una temperatura ambiente entre 18 y 22</p> <p>mantener el envase bien cerrado</p>			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			
<p>1 seleccionamos la materia prima que sea de calidad , linaza , vitamina e, aceite de coco excipientes y conservantes</p> <p>2 la linaza pasa a un proceso de cocci3n por unos 50 min</p> <p>3 pasa a un proceso de filtraci3n para extraer unicamente la pulpa de la linaza</p> <p>4 pasa a un proceso de mezclado para agregar vitamina E, Aceite de coco, excipientes y conservantes</p> <p>5 pasa a un proceso de envasado</p> <p>6 pasa a el proceso de almacenamiento para posterior pasar a distribuci3n del producto</p>			

H. VIDA UTIL ESTIMADA
1 año, es el tiempo de durabilidad de los conservantes
I. PORCIÓN RECOMENDADA
tomar la cantidad adecuada dependiendo de la cantidad y largo del cabello de cada persona
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

	LISOCRESS		
	CODIGO	VERSION	FECHA
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
K. GRUPO POBLACIONAL			
este producto tiene una gran capacidad de clientes, es de mujeres entre 15 a 45 años de edad.			
Firma del responsable del producto:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">JEFE DE PRODUCCION</div>		
Nombre del Responsable del producto	Gabi Natalia Toro	Firma:	GNT

BIBLIOGRAFÍA

- Daniel Llorens, c. c. (30 de Enero de 2014). *¿Qué tan dañino puede ser el uso continuo de planchas y secadoras?* Obtenido de ¿Cómo afecta a tu pelo el uso de este tipo de aparatos?: <https://informe21.com/cabello/%C2%BFque-tan-danino-puede-ser-el-uso-continuo-de-planchas-y-secadoras>
- Ferrari, F. J. (2017). *Sector secundario*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/sector-secundario.html>
- MARTÍNEZ, L. (2013). *¿Qué tan dañino puede ser el uso continuo de planchas y secadoras?* Obtenido de ¿Cómo afecta a tu pelo el uso de este tipo de aparatos?: <https://www.salud180.com/salud-dia-dia/que-tan-danino-puede-ser-el-uso-continuo-de-planchas-y-secadoras>
- Vega, W. P. (Septiembre de agosto de 2014). *Efectos secundarios del planchado del cabello*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co/blogs/entendiendo-la-piel-con-wilmar-polo/efectos-secundarios-del-planchado-del-cabello>
- Vicente, M. (16 de Enero de 2017). *¿Es malo usar la plancha del pelo todos los días?* Obtenido de <https://belleza.uncomo.com/articulo/es-malo-usar-la-plancha-del-pelo-todos-los-dias-33476.html>
- Women, R. T. (25 de Septiembre de 2015). *La ciencia revela hallazgo histórico para la reparación del cabello dañado y lo podrás conocer en BCapital*. Obtenido de <http://www.saladeprensainexmoda.com/la-ciencia-revela-hallazgo-historico-para-la-reparacion-del-cabello-danado-y-lo-podras-conocer-en-bcapital/>