

CREACIÓN DE EMPRESAS II
LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION



PRESENTADO POR:

DANNA ANDREA OSPINA

KAREN IVETH VEGA

TECNÓLOGO PROFESIONAL EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS.



@woman_sensation



<https://www.facebook.com/karen.ospina.370515>

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2020

COMPROMISOS DEL AUTOR

Nosotros, Danna Andrea Ospina y Karen Iveth Vega , identificados con C.C 1110571598 de Ibagué y C.C 1000571863 de Bogota D.C, estudiantes del programa administración de empresas declaramos que: el contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo grupal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos 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.

FIRMAS:

DANNA ANDREA OSPINA GRANADOS

KAREN IVETH VEGA PULIDO

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto consiste en emprender nuestra organización llamada **LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION**, ubicada en tres ciudades principales de Colombia que cuenta con una metodología inclusiva que consiste en pensar primeramente en las necesidades de nuestros clientes, teniendo en cuenta sus ingresos y ubicación. Principalmente para fidelizar a nuestros futuros clientes entregaremos un producto de calidad y exclusivo, nuestro producto se basa en la resequedad vaginal, ya que esta puede afectar en cualquier etapa de la vida de una mujer. Para lograr este reto que nos proponemos, dar a conocer todos los ingredientes naturales que nos pueden ayudar a acabar con esta problemática, de tal forma que estudiaremos a fondo este problema y veremos cuales son los ingredientes correctos para esta, identificamos el pH de nuestras clientas, explorando cuáles son los más acorde a su piel, pH entre otras con el fin de no afectar su salud.

Somos una compañía amigable con el medio ambiente, nuestro producto será a base de ingredientes naturales con una mayor vida útil, plantamos nuestras propias plantas y usamos semillas cada vez que utilizamos estos recursos para así contribuir con el medio ambiente, nuestros empaques son 100% biodegradables y de esta manera se reducirán los costos y más población podrá adquirirlos. Aparte de venderles el producto se les hará una pequeña capacitación para que si en un futuro quieren pedir el producto por medio de internet se les facilite ya que conocerán la acidez de su piel (PH) y sus componentes.

Por medio de este proyecto evaluamos todas las variables de esta idea, se encontrará en este:

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Descripción de la idea de negocio , Estudio de mercado

Detectando las falencias, oportunidades y mejoras que se pueden aplicar en este. también trabajamos sobre métodos como:

Venta por internet: que nos permite potencializarnos como empresa al poner en práctica el modelo E-commerce que su función es la oferta de productos o servicios online con envío a domicilio.

La innovación sostenible: nos permite aportar nuestro grano de arena como empresa hacia una mejor vida cuidando el medio ambiente.

Estrategia océano azul: gracias a esta herramienta, analizamos nuestra competencia y el impacto de cada una de las variables frente a nuestra empresa.

Análisis de Porter: nos permite estudiar el entorno de nuestro sector, y distinguir sus niveles de competencia.

Gracias a todas estas herramientas brindadas podemos encontrar falencias dentro de la empresa, y darle una mejora a cada una de ellas. también nos permitió encontrar soluciones de maneras inesperadas.

INTRODUCCIÓN

La resequedad vaginal es un problema que afecta a la mujer en cualquier etapa de su vida, esta tiene un gran impacto sobre la salud vaginal, llegando incluso a limitarla en sus actividades diarias y en su relación sexual. Clásicamente se pensaba que sólo aparecía en la mujer en su ciclo de menopausia o mayor de edad, pero actualmente se ha visto casos de mujeres muy jóvenes que tienen alteraciones de este tipo, todo depende de las causas. De hecho, más de la mitad de las mujeres que padecen este trastorno tienen menos de 50 años, (Lozano, 2016), de la Unidad de la Mujer del Hospital Ruber Internacional.

El experto indicó que, aunque la causa principal es la menopausia debido al descenso de estrógenos en esta etapa, también es frecuente que tras el parto y durante la lactancia surja sequedad vaginal. Además de estas causas, el experto también señala que fumar de forma regular puede ocasionar lo anteriormente dicho, las infecciones vaginales recurrentes o mal manejadas, la depresión y episodios de estrés severo o recurrente también pueden provocar sequedad vaginal.

El hecho de que una mujer tenga sequedad vaginal puede suponer que aparezca dolor en las relaciones sexuales y que eso pueda derivar incluso en una dispareunia, en dolor recurrente, y que al final la mujer prefiera no tener relaciones sexuales con su pareja por este motivo, llegando incluso a provocar un vaginismo, la imposibilidad de mantener relaciones sexuales con penetración, (Sánchez 2016) socia cofundadora de Centro TAP. (Tratamiento Avanzado Psicológico).

El objetivo es presentar un lubricante 100% natural llamado **WOMAN SENSATION**, el uso de este lubricante favorece y puede aumentar el placer sexual, ayudando a limpiar e hidratar la zona V de la mujer.

LOGO:



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Presentar un gel lubricante con ingredientes 100% natural con el objetivo de aliviar, hidratar y limpiar la zona v íntima de la mujer.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Identificar el mercado potencial en la plaza actual
- Analizar el perfil de los clientes potenciales y las características del producto más adecuados a sus necesidades.
- Determinar la inversión inicial y los costos para el desarrollo e implementación del proceso de ejecución del proyecto.
- Desarrollar un plan estratégico para viabilidad del proyecto.

CLAVES PARA EL ÉXITO

- ENFOQUE EN EL CLIENTE: como prioridad es satisfacer las necesidades de los clientes, brindarles siempre un mejor producto y aportar un beneficio a su vida.
- CUIDA A SU GENTE: WOMAN SENSATION, ofrece constantemente a sus empleados oportunidades de desarrollo esquemas que los impulsen a colaborar y tener un equilibrio con su vida personal, técnicas para mantenerlos motivados y compensaciones justas.
- TIENE EL CONTROL DE SUS PROCESOS: WOMAN SENSATION, reduce costos y aumenta la productividad para ser mas competitivos, ofrece a sus clientes un precio justo en el mercado sin perder la calidad.

INNOVACIÓN

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

- **¿Cuál es el producto o servicio?**

Producto efectivo y personal para las mujeres que sufran resequedad vaginal.

- **¿Cuál es el cliente potencial?**

Mujeres que están en edad de entre 13 años en adelante y necesiten un producto eficaz para su situación de resequedad.

- **¿Cuál es la necesidad?**

Satisfacer las necesidades de estas mujeres y que a su vez se sientan cómodas con un producto natural el cual puedan adquirir de manera ágil y des complicada.

- **¿Como?**

Estableciendo zonas geográficas, rango de edades y a su vez demostrar que el producto es confiable seguro sin causar efectos secundarios en las mujeres que lo usen realizando estudios con las entidades de control correspondientes.

- **¿Por qué lo preferirían?**

Por la calidad, confiabilidad y los buenos resultados esperados demostrando efectividad y calidad y a su vez teniendo en cuenta el precio competitivo en el mercado.



MODELO DE NEGOCIO

Segmento

Mujeres de 15 años en adelante que tengan problemas de resequeidad vaginal.

Es un producto que ayuda a resolver el problema de resequeidad en la zona íntima de la mujer logrando sensación natural y eficaz.

Para este producto se usará extractos de ingredientes naturales tales como el coco, fresa cereza, hierba medicinal como la caléndula entre yogur natural sin azúcar, los cuales en su respectiva elaboración y cuidado ofrece el resultado esperado.

El costo estimado para la elaboración del producto se estima razonable ya que se elaborará con materia prima local la cual podemos encontrar de manera constante en nuestro país, a su vez el precio del mismo será razonable y medio de acuerdo a la población escogida.

En el mercado se conoce una variedad de precios que a veces no se ajustan al presupuesto de las mujeres. Es por ello que Lubricante woman sensation, lanza al mercado un lubricante íntimo de capacidad de 1.000ML a un precio muy cómodo de \$40.000, que no solo ayuda a la resequeidad vaginal, sino a un sexo placentero.

Se estima con el producto de manera primordial posicionarlo en el mercado. Una vez tengamos este paso hecho mediante el seguimiento que se le realice a las ventas se espera que las ganancias sean del 50 % sobre la producción de cada unidad.

Nuestro producto se elaborará a partir de recursos naturales netamente producidos en el país utilizando materia prima de calidad. A su vez se tendrá en cuenta la utilización de materiales reciclables para su envase al cual llegará al cliente final.

La fidelidad del producto tiene que ver con su calidad percibida y sus características propias, además es accesible (precio) para todas las mujeres que lo deseen comprar.

Ser proveedores de productos íntimos (lubricantes woman sensation), preferidos por los clientes y consumidores por la calidad e innovación de los productos, por la imagen diferenciada en sus marcas. Nos visualizamos como una compañía moderna, rentable y líder en el mercado nacional e internacional, motivados por buscar y satisfacer continuamente las necesidades de clientes, consumidores.



¿CUÁL ES SU MODELO DE VENTA POR INTERNET?

- ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Como empresa hemos escogido el modelo E-commerce que su función es la oferta de productos o servicios online con envío a domicilio.

- ¿Cómo captamos nuestros clientes?

Para esto utilizaremos dos herramientas muy eficientes:

SEO (search engine optimización): en esta lograremos posicionar nuestro sitio web en el buscador de internet con nuestras palabras claves (intimo, lubricante, mujer, salud vaginal, entre otras).

Las redes sociales: interactuamos con las personas para desarrollar relaciones profundas con ellas, para cada red social diseñaremos una estrategia diferente con el fin de que nuestro producto tenga un mensaje claro y contenido relevante sobre las funciones.

También utilizaremos los ADS que son anuncios dentro de las redes sociales, estos se basaran conforme a nuestra segmentación como empresa (edad, sexo, nacionalidad) dirigiéndonos como marca a nuestros clientes potenciales, llegando a ellos de manera más precisa.

- ¿Qué alternativas ofreceremos a nuestros clientes?

La navegación de nuestro sitio web será sencilla y amigable. Tendrá una descripción clara y detallada de nuestro producto, la manera de adquirirla, precio, lugares de cobertura y también contará con un espacio donde los clientes podrán dejar sus opiniones, comentarios y dudas. de esta manera retro alimentándonos y que ellos se sientan escuchados y atendidos.

- ¿Cómo cerraremos la venta por internet y cuáles son los métodos de pago?

Para concretar y cerrar ventas de clientes potenciales nos enfocaremos en la practicidad de nuestro sitio web. Les ofreceremos seguridad, ya que ellos son nuestra prioridad y es importante que ellos se sientan confiados al brindarnos información personal, por ende, cumpliremos la ley de protección de datos.

Después básicamente nos dará a conocer la fecha, cantidad y lugar de entrega. nuestros métodos de pago serán en efectivo, tarjeta de crédito y transferencias (Efecty, daviplata, entre otras).

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>PRODUCTO O SERVICIO SU ECODISEÑO</p> 	<p>El lubricante intimo woman sensation, utiliza un sistema que consiste en eliminar los posibles componentes infecciosos y obtener un agua limpia y saludable, mediante un procedimiento que consiste en filtrar el agua de sus ríos y estanques con arena local.</p> <p>Lo que permite utilizar esta agua en su lubricante intimo como un ingrediente primordial.</p>	<p>Nuestra empresa es amigable con el medio ambiente, por ende, nuestras instalaciones están estratégicamente ubicadas en lugares que se pueda utilizar al máximo la luz natural, también intentaremos tener protocolos donde se plasmará que hay que apagar la maquinaria y aparatos electrónicos cuando no sean requeridos con el fin de ahorrar energía, beneficiando a nuestra marca y al medio ambiente.</p>	<p>Reduciendo el impacto ambiental y la utilización de recursos en la fabricación, distribución, uso y disposición de nuestros productos.</p> <p>Plantamos nuestras propias plantas y usamos semillas cada vez que utilizamos estos recursos para así contribuir con el medio ambiente.</p> <p>*nuestro empaque y embalaje Es un envase de plástico de origen vegetal (maíz, trigo, patata, yuca, guisantes 100% biodegradable con una capacidad de 1.000 ml, y su instrucción de uso</p>		<p>Nuestro producto tiene ciertos componentes químicos por lo tanto puede llegar a ser peligrosos, tanto para la salud como para el medio ambiente. Se reciclarán los productos que no cuenten con caducidad, y estén libres de patógenos, bacterias o algún elemento que afecte su ciclo de vida.</p>



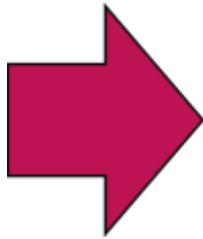
<p>CAMPAÑA QUE FAVOREZCA EL MEDIO AMBIENTE</p> <p>Nuestro producto LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION, son hasta en un 96% orgánicos, y asegura que los compran todo tipo de personas con conciencia ambiental. "Se los llevan muchísimo porque no solo son respetuosos con el medio ambiente, sino que son un producto óptimo para la salud al tener menos parabenos y no contener glicerina, un componente que reseca mucho la zona vaginal".</p>	<p>Como usar el lubricante a base de agua</p> <p>*Usarlo es muy sencillo, solo deberás colocar unas pocas gotas en tus dedos y aplicártelo en la zona íntima antes de comenzar con tus relaciones sexuales.</p> <p>*Ten en cuenta que debido a que este producto es suave y se extiende con facilidad, no es necesario aplicar una gran cantidad.</p> 	<p>Medios de transportes que utilizamos para contribuir con el ambiente:</p> <p>*caminar: si es cerca de la fábrica el pedio lo llevamos caminando</p> <p>*bicicleta: es un medio de transporte muy útil y no contamina.</p> <p>*motocicleta: A pesar de que estos medios sí utilizan gasolina para funcionar, contaminan menos que un automóvil.</p> <p>*camiones: con gas natural.</p> 	<p>Materiales que se usan para el marketing</p> <p>*Reduce tus materias primas, minimiza los residuos que generas y comunícalo.</p> <p>*nuestro producto está avalado por etiquetas y certificaciones ecológicas.</p> <p>*usamos la página web, dándole un buen manejo a las redes sociales, haciendo promociones y de la misma manera difundimos nuestro mensaje verde.</p> 	<p>Los materiales que no se puedan reciclar se convertirán en residuos energéticos, mediante el método de la pirólisis o destilación destructiva es un proceso de descomposición química de residuos sólidos mediante calor en una atmósfera con poco oxígeno. Esto genera una corriente de gas compuesta por hidrógeno, metano, monóxido de carbono, dióxido de carbono, ceniza inerte y otros gases, según las características orgánicas del material petrolizado, de esta manera reduciendo el impacto ambiental.</p>
--	--	--	---	--



ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL

- **DEFINIR QUIÉN ES NUESTRA COMPETENCIA**

1. LUBRICANTE DUREX:



DUREX es un gel lubricante con sabor y aroma a cereza. No tiene azúcar y respeta el pH, el gel lubricante DUREX ayuda a disminuir la sequedad vaginal y facilita la penetración, incrementando el placer de las relaciones sexuales.

2. LUBRICANTE K-Y:

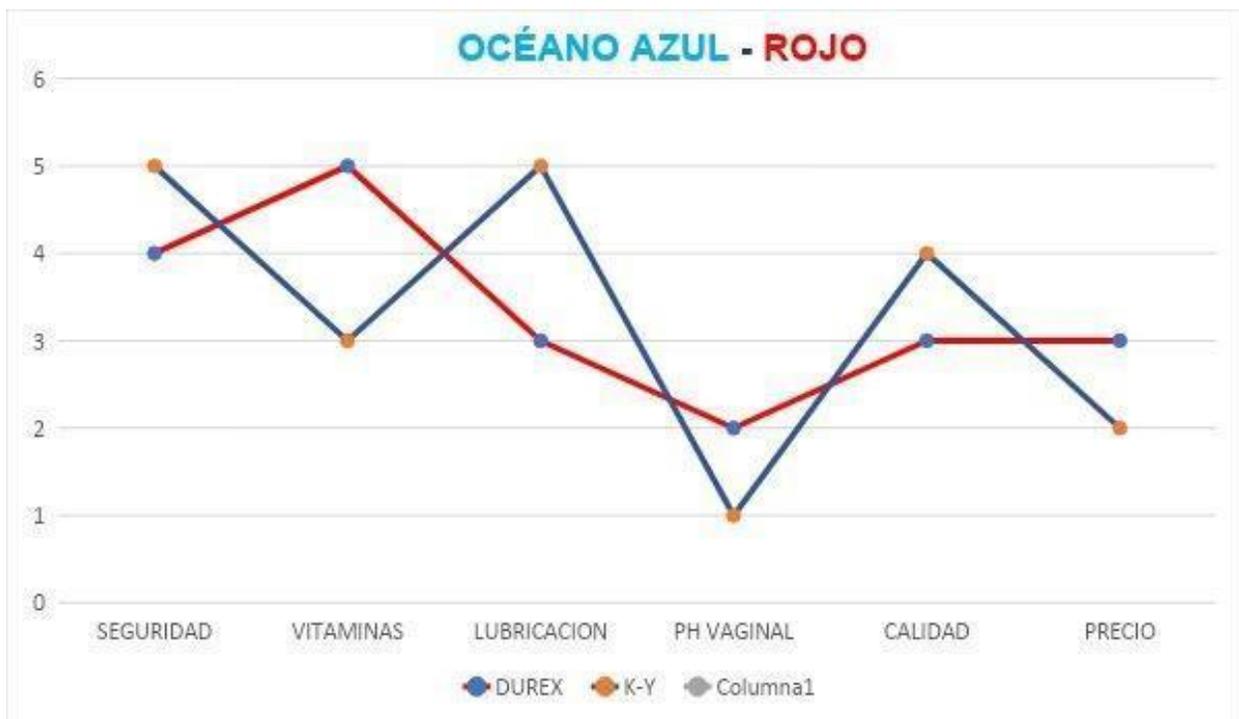


K-Y es un gel lubricante íntimo, a base de cuosa, no interfiere la acción de los anticonceptivos no afecta al látex de los preservativos. No deja residuos en las paredes de la vagina evitando irritaciones e infecciones.



• DEFINA LAS VARIABLES IMPORTANTES PARA SU IDEA DE NEGOCIO

VARIABLES	SEGURIDAD	VITAMINAS	LUBRICACIÓN	PH VAGINAL	CALIDAD	PRECIO
LUBRICANTE DUREX	4	4	3	2	3	3
LUBRICANTE K-Y	5	3	5	1	4	2
	INCREMENTO	REDUCCIÓN	INCREMENTO	ELIMINO	INCREMENTO	REDUCCIÓN



●DESARROLLE LA ESTRATEGIA CON SU EXPLICACIÓN (INCREMENTAR, REDUCIR, ELIMINAR O MANTENER).



• ANÁLISIS DE PORTER

1.COMPETIDORES ACTUALES: La rivalidad en el sector es bastante fuerte puesto que actualmente en Colombia existen empresas o microempresas que fabrican lubricantes íntimos vaginales, con materias primas 100% naturales, pero también se ve la incorporación al mercado empresas que importan productos provenientes de Brasil y Europa y que están muy consolidadas en el mercado nacional e internacional.

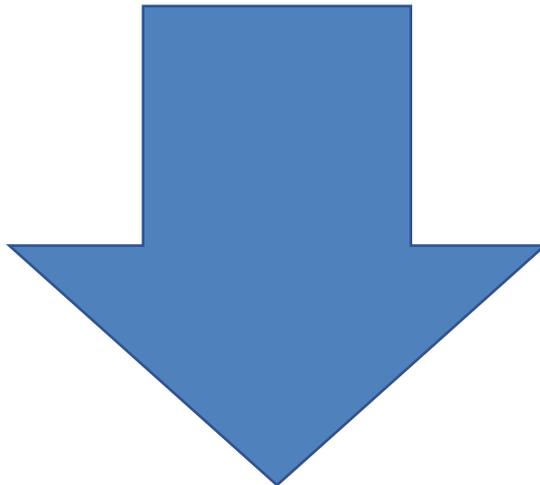
1. **POTENCIALES COMPETIDORES:** en el sector no existen grandes barreras de entrada por consiguiente la entrada de nuevos competidores es relativamente fácil, más cuando los productores de productos sustitutos puedan ampliar su portafolio de productos hacia la parte vaginal con ingredientes naturales, sin mayores complicaciones de capital y con esfuerzos en el campo de producción en masa, precios competitivos y canales de distribución.
2. **PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES DE LA EMPRESA:** El poder de negociación de los proveedores es fuerte, ya que en el mercado existen varios proveedores donde el costo de las materias primas está dado por la calidad, lo cual implica que el cambio de proveedor impacte de forma significativa la calidad de los productos elaborados, lo cual es un costo alto para LUBRICANTES INTIMOS WOMAN SENSATION.
3. **PRODUCTOS SUSTITUTOS:** El impacto es fuerte puesto que en el mercado existen productos que satisfacen la misma necesidad de limpieza en diferentes tipos (sólido y líquido) y presentaciones cuyas marcas son reconocidas y posicionadas en el mercado algunas de ellas son K-Y®, LUBRICANTE PIEL DE PROFAMILIA, DUREX PLAY CEREZA, entre otros, sin embargo, los lubricantes vaginales naturales además de brindar el mismo beneficio presentan otros como lo son el cuidado y protección de la zona V íntima.
4. **PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES:** El poder de negociación es bastante fuerte ya que actualmente en el mercado se ven muchas empresas con diferentes productos que le ofrecen al cliente haciendo que los clientes entren en un momento de confusión por no saber que elegir y donde comprar, es por esto que el servicio al cliente, la calidad, el precio y la satisfacción del cliente son factores muy importantes para lograr la fidelización de las clientes.

IMAGEN DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER



<https://dircomfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>

ENTREGA NÚMERO 2



5. MARKETING MIX

5.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO PARA CLIENTES

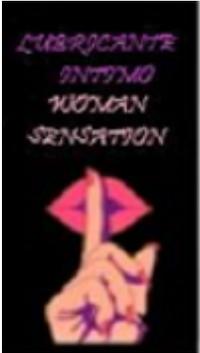
NÚCLEO:

ACIDAD	LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION , es de 1.000 ML
ACTERISTICAS FISICOQUIMICAS	<p>del lubricante favorece una experiencia sexual placentera, pero se recomienda tener en cuenta sus indicaciones para un mejor uso.</p> <ul style="list-style-type: none">● Este producto está dirigido a mujeres que hayan iniciado su vida sexual.● Si presenta alguna reacción alérgica, luego de utilizar el lubricante se recomienda lavar la zona con abundante agua y acudir a un médico especialista de manera inmediata.● Manténgase a una temperatura inferior a 30°C en su empaque y empaque original● No exponerlo al sol o al calor excesivo.● Mantener fuera del alcance los niños.● No usar sobre la piel irritada.● Fijarse en la fecha de vencimiento del producto.● Si observa alguna reacción desfavorable, suspenda su uso.
CONDICIONES CLIMATICAS	Manténgase a una temperatura inferior a 30°C en su empaque y empaque original
ACTERISTICAS DE EMPAQUE	Se de plástico biodegradable, color blanco, con un dispensador para facilitar su modo de aplique, con un strike negro, con el logo (LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION) en una gama de colores rosados, con una capacidad de 1.000 ml, y su instrucción de uso.

CALIDAD

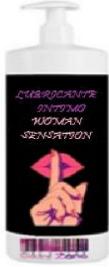
VIDEAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Es eficiente ● Satisface las necesidades del cliente ● Tiene un buen precio ● Sensación de frescura ● Alivia, limpia tu zona v ● Producto 100% natural ● Tiene un diseño llamativo ● Es intuitivo ● Es visceral ● Ayuda a la gente 
---------------	---

ENVASE

ENVASE Y DISEÑO	Envase de plástico Biodegradable 	Etiqueta de presentación 	Diseño 
------------------------	--	---	--

DISEÑO

ANCHO	<ul style="list-style-type: none"> ● Largo:23cm ● Ancho: 10 cm ● Capacidad:1.000 ML
--------------	--

MA	<ul style="list-style-type: none"> ● Comodidad ● Facilidad de manejo ● Diseño ● Color ● Imagen ● Llama la atención de los clientes 	
-----------	--	---

SERVICIO

RES	<ul style="list-style-type: none"> ● Ética Comercial: se basa en una serie de reglas escritas y tácitas sobre los principios que rigen las acciones y toma de decisiones de la empresa. ● Respeto: Capacidad que se adquiere para entender, comprender, tolerar y aceptar el criterio de los demás. ● Solidaridad: Es la entera comunidad de intereses y responsabilidades. Es decir, cuando dos o más personas se unen y colaboran mutuamente para conseguir un fin común. ● Innovación: la empresa innovadora es la que cambia, evoluciona, hace cosas nuevas, ofrece nuevos productos y adopta. ● Honestidad: A través de prácticas transparentes y correctas, anteponiendo la verdad en cualquier situación que se genere. ● Trabajo en equipo: Gracias a la excelencia en el trabajo de nuestro equipo logramos entregar a las clientes un servicio con altos estándares de calidad.
------------	---

5.1.1 PORTAFOLIO

ROL	primera tarjeta regalo para los clientes. 	Estilo de vida 	privilegios exclusivos 
DONDE JUEGO	<ul style="list-style-type: none"> ● Máster card joven ● Máster card clásica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Visa oro ● Máster card oro 	<ul style="list-style-type: none"> ● Visa platinum ● Máster black

CUAL ES EL JUEGO	Esta tarjeta de woman sensation , es para que las mujeres disfruten con su pareja de nuestros productos.	Mujeres que inician su independencia económica, disfrutan con su pareja comprando por internet nuestros productos.	Mujeres adultas con familia, con una capacidad de compra alta, pueden disfrutar de un catálogo extenso de woman sensation .
	Consumidores entrando al mercado menores de 24 años.	Consumidores en un rango de edad comprendido entre los 25-34 años.	Consumidores maduros 35 años en adelante.



5.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

- fijación de precios basado en los costos:

costos de producción

costo unitario de materiales \$ 10.000

costo unitario mano obra \$ 5.000

costo unitario CIF

unitario \$ 23.000

costo total \$8.000

5.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

CANAL DIRECTO

WOMAN SENSATION se encarga directamente de hacer llegar la mercancía a sus clientes, a que cuenta con su propia bodega y medios de transporte para hacer las entregas, por otro lado, también mantiene contacto directo con los clientes.

5.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- **PUBLICIDAD:** contamos con nuestra página en Instagram, esta nos permite mayor visibilidad en la web y como consecuencia una mejora del posicionamiento de marca.

Sigamos en  @woman_sensation

Sigamos en  <https://www.facebook.com/karen.ospina.370515>

- **PROMOCIÓN DE VENTA:** contamos con nuestra grandiosa promoción por la compra de 1 lubricante intimo **woman sensation** recibe totalmente gratis 1 juego erótico para que disfrute en pareja.
- ♥ Contamos con nuestra tarjeta regalo que por utilizarla recibe un 10% de descuento en nuestro producto.
- **MARKETING DIRECTO:** contamos con asesores especiales que están 100% disponibles para nuestros clientes.



DESARROLLO DE MARCA

LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Nombre de la idea

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
PASO 1: diagnóstico del mercado	A. Identificación del sector.	PESTEL ENTORNO POLÍTICO: los acuerdos comerciales de Colombia y otros países del mundo se ven beneficiados con la calidad de la educación y la formación en los últimos años, lo que convierte al país en uno de los más competitivos de Latinoamérica, generando tranquilidad a la hora de crear una empresa. Además, el gobierno colombiano está promoviendo un marco

		<p>normativo, con el fin de eliminar los obstáculos internos y externos de acuerdos con las prácticas internacionales, sin embargo, para la venta de los geles lubricantes íntimos se requiere un registro Invima para su fabricación y comercialización.</p> <p>ENTORNO ECONOMICO: El TLC (tratado de libre comercio) representa una oportunidad para poder comercializar productos agrícolas, industriales y manufacturados, según Proexport el TLC de Colombia con los Estados Unidos, nos informa un crecimiento sostenible en los últimos 8 años en cuanto a producción, ventas y exportaciones de cosméticos y productos de salud. Colombia es uno de los principales países de la región, la tendencia del sector es la venta de los productos de salud, orgánicos o verdes, a partir de la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos estos productos pagaran un arancel del 0%</p> <p>ENTORNO SOCIAL: Con el paso de los años las cosas materiales, las personas y la economía ha ido evolucionando. Hoy en día se han desarrollado enfermedades y a su vez soluciones para colaborar a las personas que padecen de esto. Es por esto que las personas, en especial las mujeres buscan en el mercado productos que le ayuden a satisfacer sus necesidades y/o problemas. Además, buscando siempre de productos de calidad, que no les traiga efectos secundarios y que sea biodegradable con el ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Salvo excepciones, está indicada para todo tipo de vaginas, especialmente para aquellas que tengas resequedad o molestias como picazón, ardor o dolor. ● Acompaña la conciencia ecológica en todos los ámbitos de la higiene vaginal. ● La vagina asimila mejor los nutrientes naturales que los ingredientes químicos, ya que estos pueden afectar su pH vaginal. <p>ENTORNO AMBIENTAL: lubricante intimo Lubridan es una empresa 100% colombiana, comprometidos con nuestro medio ambiente, por lo que todos nuestros insumos son biodegradables diseñados para personas que deseen un estilo de vida natural y saludable. y desde luego mucho ha sido el uso que hemos hecho de las plantas para tratar diversas dolencias y enfermedades.</p>
	<p>B. Identificar marcas en competencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● LUBRICANTE DUREX ● LUBRICANTE K-Y

	<p>C. Soluciones principales y alternativas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Actualmente en el mercado se encuentra una variedad de productos que ofrecen la solución a problemas referentes con la intimidad de la mujer, es por esto, que se lanza al mercado un gel lubricante a un precio asequible de \$40.000 con ingredientes 100% naturales lo que provoca que las mujeres lo elijan.
	<p>D. tendencias de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Woman sensation, está siempre preparada para la innovación tecnológica, para ofrecerle lo mejor a sus clientes. ● Woman sensation, busca el propio público. En este caso, la propia búsqueda del público indica el camino hacia un nuevo nicho de mercado y cabe a los emprendedores actuar rápido para aprovechar las oportunidades que surgen.
	<p>E. arquetipo de marca.</p>	<p>El amante:</p> <p>El arquetipo de marca del Amante se basa en el deseo. Prometen belleza, atractivo sexual y experiencias sensuales, y a menudo centran su comunicación sobre el placer, la intimidad y la pasión, WOMAN SENSATION se basa en este arquetipo de marca.</p>

<p>PASO 2: realidad psicológica de la marca</p>	<p>A. percepción de las marcas de la competencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Exposición selectiva: los consumidores siempre suelen buscar mensajes agradables (schiffman 1995), por lo tanto, la publicidad de WOMAN SENSATION refleja elementos como mujeres felices en situaciones de intimidad con su pareja. Con esto la marca buscara que el consumidor traslade estas imágenes y características de las personas a la marca considerándola divertida y juvenil. 
	<p>B. identificar variables de neuromarketing.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Los ojos del usuario no engañan: Conocer qué mira el usuario, es clave para cualquier marca, empresa o campaña publicitaria. En los anuncios que vemos en televisión todo está pensado para dirigir la vista hacia donde interesa. ● Lo sencillo gusta más: Cuanto más sencillo es un producto más fascinante es para nuestro cerebro. ✓ El cerebro completa la imagen: Nuestro cerebro tiene la capacidad de imaginar lo que no ve o lo que espera que pase y además lo imagina en el mejor escenario posible.
<p>PASO 3: posicionamiento</p>	<p>A. identificar top of mind.</p>	<p>¿Qué es lo primero que viene a la mente a un consumidor?</p> <p>WOMAN SENSATION crea este lubricante intimo pensando en las mujeres que padecen de resequedad vaginal, es por ello que las mujeres lo primero que se les viene en la mente en comprar nuestro producto para así sentirse mas cómodas y poder disfrutar de su relación sexual.</p>
	<p>B. identificar top of heart.</p>	<p>lo que siente el cliente: Pensando en esas mujeres es que se decidió elaborar un producto que satisfaga sus necesidades en cuanto a su lubricación vaginal, es por esto que el lubricante intimo WOMAN</p>

		<p>SENSATION esta creado para aliviar e hidratar sus paredes vaginales, además como su nombre lo indica ayuda a lubricar al momento del coito.</p>
<p>PASO 4: realidad material de la marca</p>	<p>traducir nuestra propuesta de valor en la marca.</p>	<p>oportunidades que ofrece el mercado:</p> <p>proveedor y distintos competidores: La rivalidad en el sector es bastante fuerte puesto que actualmente en Colombia existen empresas o microempresas que fabrican lubricantes íntimos vaginales, con materias primas 100% naturales, pero también se ve la incorporación al mercado empresas que importan productos provenientes de Brasil y Europa y que están muy consolidadas en el mercado nacional e internacional.</p> <p>Vivencias y necesidades del usuario al que queremos atender:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La ventaja de utilizar este lubricante intimo es combatir la resequedad vaginal ● Es un lubricante elaborado con ingredientes naturales que no altera el pH ● Ayuda a intensificar las sensaciones durante la penetración, haciendo que el sexo sea mucho más placentero. ● Tiene un contenido alto en caléndula capaz de regular el ciclo menstrual de la mujer, reduce los espamos en la zona intima. <p>Capacidades y potencialidades internas:</p> <p>♥ Fortalezas y oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El producto ofrecido genera beneficios económicos al utilizar este lubricante en corto plazo, favorece el cuidado de su salud y promueve la conservación del medio ambiente mediante la reducción de desperdicios. ✓ Amplio relacionamiento con clientes y proveedores. ✓ Portafolio diversificado. ✓ El precio de venta es accesible para los clientes. ✓ Materia prima naturales <div style="text-align: center;">  <p>TENGO DERECHO AL PLACER SEXUAL</p> </div>

<p>PASO 5: estrategia de comunicación</p>	<p>desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.</p>	<p>La estrategia de Comunicación seleccionada para la compañía se basa en métodos tradicionales para dar a conocer la marca, su identidad y lograr activarla para que comience a ganarse un lugar en la mente de las consumidoras. Contamos con nuestra propia pagina web y nuestra propia página en Instagram siempre promocionando el lubricante intimo y donde a conocer las mejores experiencias de las clientas.</p>
--	---	---

MARKETING DIGITAL:

Como empresa hemos escogido el modelo E-commerce que su función es la oferta de productos o servicios online con envío a domicilio.

Para esto utilizaremos dos herramientas muy eficientes:

SEO (search engine optimización): en esta lograremos posicionar nuestro sitio web en el buscador de internet con nuestras palabras claves (intimo, lubricante, mujer, salud vaginal, entre otras).

Las redes sociales: interactuamos con las personas para desarrollar relaciones profundas con ellas, para cada red social diseñaremos una estrategia diferente con el fin de que nuestro producto tenga un mensaje claro y contenido relevante sobre las funciones.

También utilizaremos los ADS que son anuncios dentro de las redes sociales, estos se basaran conforme a nuestra segmentación como empresa (edad, sexo, nacionalidad) dirigiéndonos como marca a nuestros clientes potenciales, llegando a ellos de manera más precisa.

Esta es nuestra pagina web donde encontraran nuestro producto, con descripción detallada de los ingredientes, cantidad, precio entre otros.

La navegación de nuestro sitio web será sencilla y amigable. Tendrá una descripción clara y detallada de nuestro producto, la manera de adquirirla, precio, lugares de cobertura y también contará con un espacio donde los clientes podrán dejar sus opiniones, comentarios y dudas. de esta manera retro alimentándonos y que ellos se sientan escuchados y atendidos.

[Link de la pagina web:](#)

[htwixsite.com/webstetps://karenvegap.](https://www.karenvegap.com)

Bienvenido a LUBRICANTE WOMAN SENSATION

Producto medico en el que puede confiar

Desde su fundación en el año 2019, LUBRICANTE WOMAN SENSATION ha sido la mejor propuesta de lubricantes de Colombia a base de ingredientes naturales. Lo que comenzó como un emprendimiento de modesto

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

Puntos de venta

Obtenga información actual de primera mano



Puntos de venta de Bogotá D. C.

Visitar



Puntos de venta Medellín

Visitar



Puntos de venta Barranquilla

Visitar

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

ESTRATEGIAS DEL MARKETING DIGITAL:

Nuestra historia:

Desde su fundación en el año 2019, LUBRICANTE WOMAN SENSATION ha sido la mejor propuesta de lubricantes de Colombia a base de ingredientes naturales. Lo que comenzó como un emprendimiento de modesto tamaño se ha convertido en un centro con 10 empleados. EL LUBRICANTE WOMAN SENSATION ofrece a sus consumidores toda la atención y el cuidado que merecen para cuidar de su salud. Adquiere tus productos ahora mismo.

Somos una marca altamente capacitada en la salud vaginal de las mujeres, nuestro principal objetivo es que las mujeres se sientan bien con ellas mismas, acabando los tabús que ha creado la sociedad durante mucho tiempo, por ende somos un producto que no solo se limita a vender, si no también a escuchar acompañar y aconsejar a cada una de nuestras consumidoras para que no se sienten más solas y tengan miedo de enfrentar sus problemas en la zona v o simplemente deseen satisfacción sexual.

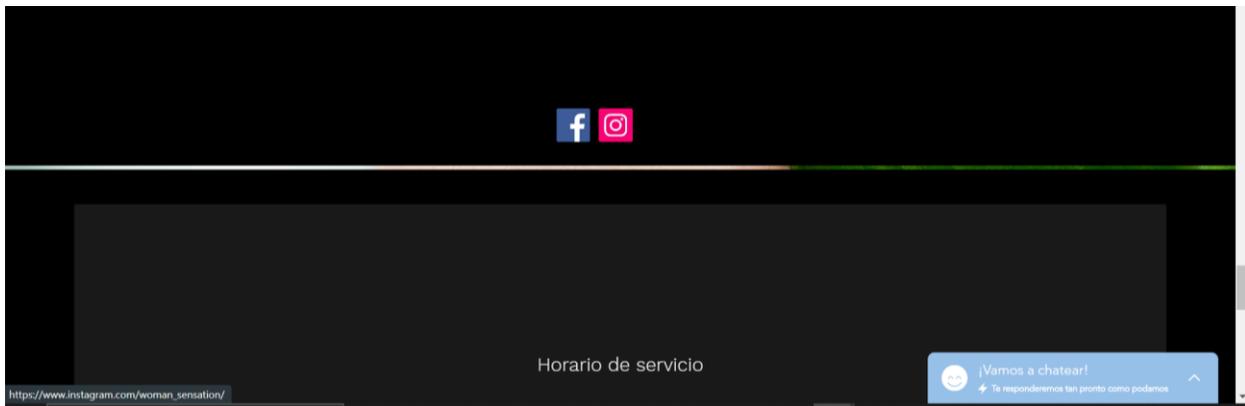
en nuestra pagina web los envía directamente a nuestras redes sociales:



https://www.instagram.com/woman_sensation/



<https://www.facebook.com/karen.ospina.370515>



MÉTRICAS CLAVE

Opción 1

mostrar los pantallazos de las métricas digitales(estadísticas) que arroja la publicación del producto en Facebook o Instagram empresarial y presentar el cálculo del CAV (customer acquisition cost) y el LTV (life time Valué) con un análisis comparativo de los resultados.

PUBLICACIONES EN FACEBOOK DEL PRODUCTO

Link: <https://www.facebook.com/karen.ospina.370515>

facebook.com

Karen Danna Vega Ospina

Karen Danna Inicio Buscar amigos Crear

woman sensation

Karen Danna Vega Ospina

Editar perfil Registro de actividad

Biografía Información Amigos 11 Fotos Archivo Más

PERSONAS QUE QUIZÁ CONOZCAS Ver todas las sugerencias de amistad

poses.jpg

Chat (9)

Karen Danna Vega Ospina

Karen Danna Inicio Buscar amigos Crear

Karen Danna Vega Ospina Biografía 2020 octubre

Administrar publicaciones Vista de lista Vista de cuadrícula

Ciudad de origen

Situación sentimental

Efecto Frío

para alivio inmediato

- Fácil de limpiar en seco
- Alivia y calma el dolor
- No mancha la ropa
- Resiste y cubre el cuerpo de su animal
- Fácil de aplicar en cualquier momento
- Bien al pulso, se puede lavar y usar

Sabor: Fresa 30g

\$15.000

Efecto Caliente

- Fácil de limpiar del cuerpo
- Alivia y calma el dolor
- No mancha la ropa
- Resiste y cubre el cuerpo de su animal
- Fácil de aplicar en cualquier momento
- Bien al pulso, se puede lavar y usar

Sabor: Caca 30g

\$15.000

https://www.facebook.com/karen.ospina.370515#

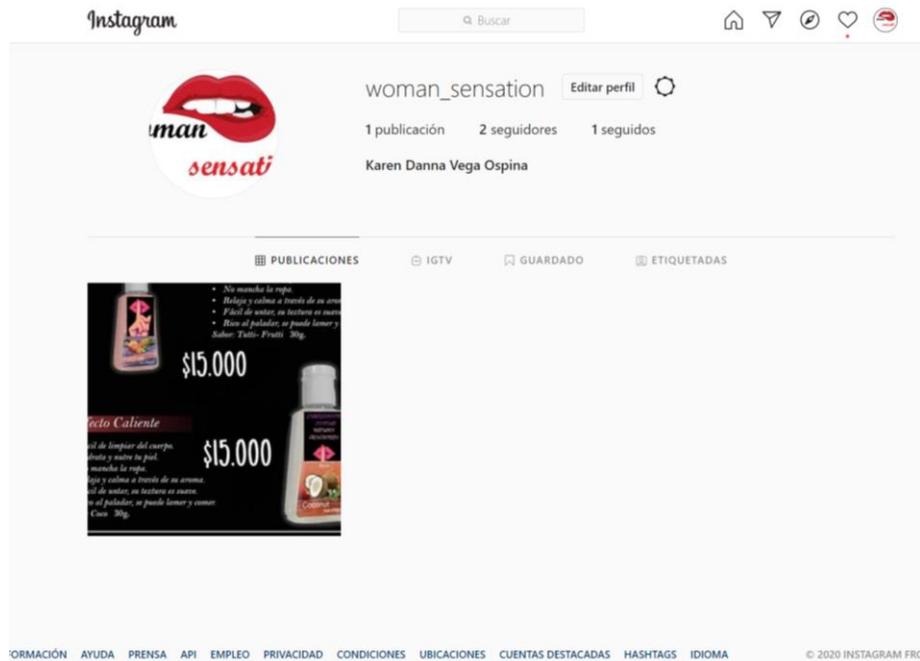
itar destacados

Ch



PUBLICACIONES EN INSTAGRAM DEL PRODUCTO

Link:https://www.instagram.com/woman_sensation/



ANALISIS COMPARATIVO DE LA PAGINA EN FACEBOOK

Facebook sigue siendo la red social número 1, el 86% de los internautas con edades comprendidas entre los 16 y los 65 años utiliza a diario las redes sociales.

Esta red social nos facilita:

Me gusta: el número de personas nuevas a las que les gusta tu página así podemos darnos cuenta a cuántas personas les gusta nuestro producto.

Alcance de la publicación: el número de personas en cuya pantalla aparecieron publicaciones de tu página, desglosado entre total, orgánicos y promociones, este nos permite ver el alcance de la publicación hasta donde llegó nuestro producto.

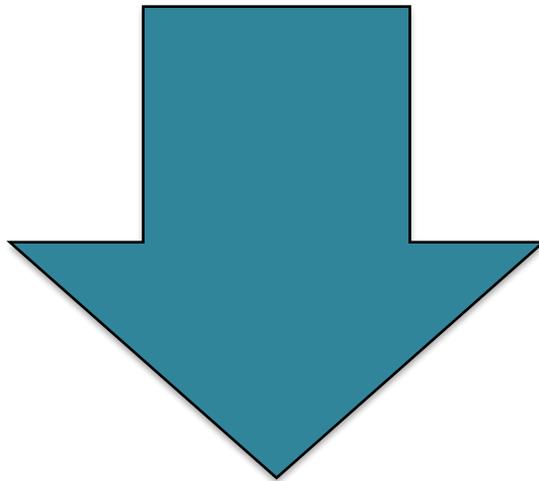
Recomendaciones: el número de veces que las personas recomendaron tu página, este es muy importante ya que las personas que compran nuestro producto lo pueden recomendar y todo se vuelve una cadena y cada vez se agranda más nuestros seguidores.

Pedidos: la cantidad de pedidos que recibiste y los ingresos del período que elijas.

CAC: GASTO TOTAL DE CAPACITACIÓN / NÚMERO DE CLIENTES CAPTADOS

= 0/20: 0

NO GASTAMOS NADA DE DINERO EN CAPACITACIÓN, PERO SI GANAMOS 43 SEGUIDORES HASTA EL MOMENTO EN FACEBOOK.



ENTREGA NÚMERO 3

Temática 10

Localización de la empresa: lo primero por analizar será lo que se refiere a encontrar la localización más apropiada y estratégica de una fábrica para elaborar el lubricante.

el estudio y análisis de la localización de nuestro proyecto será muy útil para determinar el éxito o el fracaso de nuestro negocio, hemos analizado criterios económicos estratégicos, técnicos, sociales, entre otros.

Esto con el fin de que la rentabilidad de nuestro negocio se considere más factible.

MACROLOCALIZACIÓN:

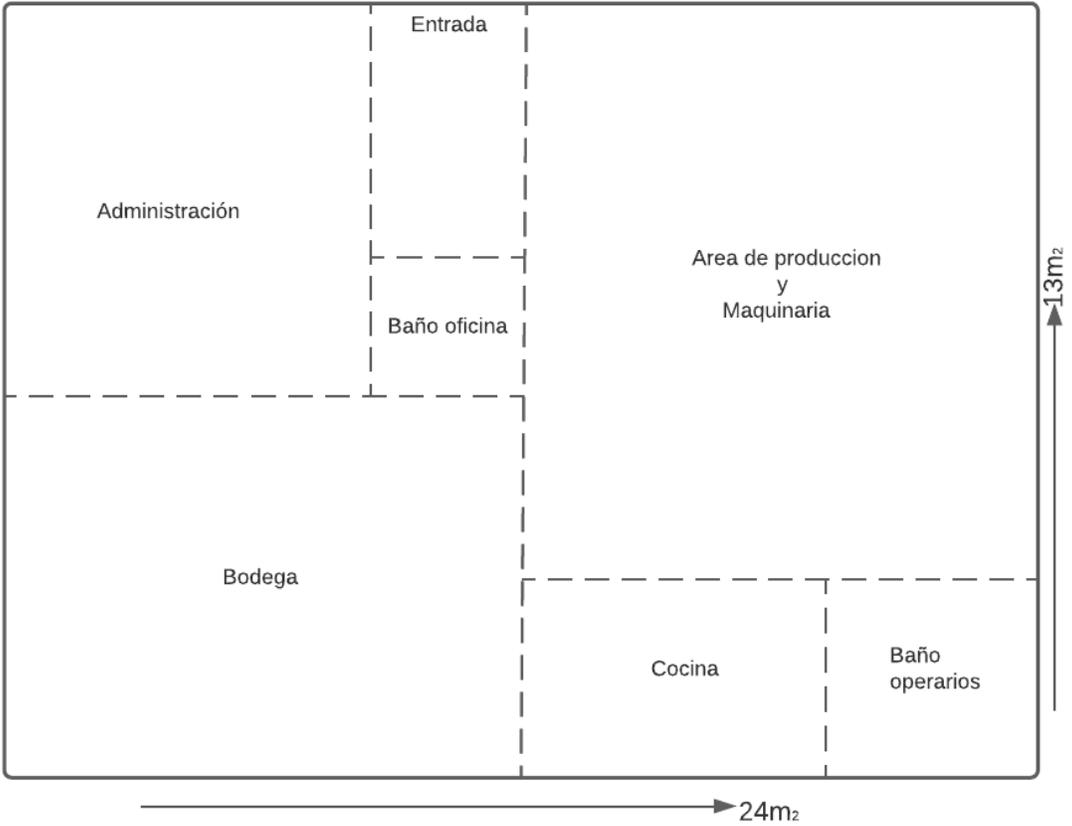
Nuestra fábrica de producción quedará comprendida dentro del territorio COLOMBIANO y en particular la capital

MICROLOCALIZACIÓN:

Se dispone de un terreno de 312 metros cuadrados,(24 metros de ancho por 13 de largo) ubicada al sur de bogotá en una zona precisamente industrial para no perjudicar a nadie.

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura - Adecuaciones	Cimentación en concreto con acero de refuerzo. Muros en bloque y cemento con vigueteria en concreto.	312 metros cuadrados	25.000	Que cuente con alambrado eléctrico,tubería, techos, y todo lo necesario para iniciar la producción.
gastos preoperativos	Inversiones iniciales que incluyen factores no tenidos en cuenta dentro de esta lista	1	80.000.000	Esto con el fin de que la fábrica quede en funcionamiento o la unidad productiva
Terreno	24 metros de ancho por 13 de largo	312	65.000	Que no se encuentre en una zona residencial de la ciudad porque se está lidiando con productos

				<p>químicos nocivos y no sería prudente causar contaminaciones ambientales que puedan poner en peligro la vida de las personas que lo rodean.</p>
--	--	--	--	---



TEMÁTICA 11:

El proceso de fabricación de un lubricante es relativamente sencillo. Consiste en mezclar los aceites base y los aditivos en un reactor o mezclador aplicando calor y agitando hasta alcanzar la adecuada homogeneidad de la mezcla sin que tenga lugar proceso químico alguno. La dificultad se deriva del elevado número de aceites diferentes (250 productos) y de su incompatibilidad relativa.

Ingredientes:

Gelatina y aceite mineral

Estos son capaces de durar más tiempo al contacto con otros fluidos corporales

Aceite de coco virgen y de almendras}

Capaces de mejorar la flora vaginal

Yogurt natural sin azúcar o kéfir

El uso de este lácteo ayuda además de lubricar ayudará a proteger la flora vaginal, así como el cambio de pH que se produce con el contacto de la vagina y el semen

Caléndula: Posee propiedades calmantes, desinflamatorias y desinfectantes, ideal para cuando hay ardores e irritaciones vaginales.

Alivia dolores menstruales y trastornos de la menopausia.

Cereza: Contiene vitamina A y C, es un excelente antioxidante, es antiséptico, que ayuda a combatir infecciones.

Fresas: Es un alimento rico en antioxidantes y vitamina C.

TEMATICA 12

FICHA TECNICA

EXCEL DOCUMENTO 1

CAPACIDAD

EL LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION, es de 1.000 ML

CUALIDADES

Es eficiente

Satisface las necesidades del cliente

Tiene un buen precio

Sensación de frescura

Alivia, limpia tu zona v

Producto 100% natural

Tiene un diseño llamativo

Es intuitivo

Es visceral

Ayuda a la gente

TAMAÑO

Largo:23cm

Ancho: 10 cm

Capacidad:1.000 ML

CARACTERISTICAS FISICOQUIMICAS

El uso del lubricante favorece una experiencia sexual placentera, pero se recomienda tener en cuenta sus indicaciones para un mejor uso.

Este producto está dirigido a mujeres que hayan iniciado su vida sexual.

Si presenta alguna reacción alérgica, luego de utilizar el lubricante se recomienda lavar la zona con abundante agua y acudir a un médico especialista de manera inmediata.

Manténgase a una temperatura inferior a 30°C en su embase y empaque original

No exponerlo al sol o al calor excesivo.

Mantener fuera del alcance los niños.

No usar sobre la piel irritada.

Fijarse en la fecha de vencimiento del producto.

Si observa alguna reacción desfavorable, suspenda su uso.

CONDICIONES CLIMATICAS

Manténgase a una temperatura inferior a 30°C en su embase y empaque original

CARACTERISTICAS DE EMPAQUE

Envase de plástico biodegradable, color blanco, con un dispensador para facilitar su modo de aplico, con un strike negro, con el logo (LUBRICANTE INTIMO LUBRIDAN) en una gama de colores rosados, con una capacidad de 1.000 ml, y su instrucción de uso.

FORMATO DE EXCEL

TEMATICA SEMANA 13

<https://www.storyboardthat.com/portal/storyboards/womansensation/corp-private/lubricante-intimo-woman-sensation>

lubricante intimo wom: x Peppa Pig en Español | x traductor - Buscar con x Curso: CREACIÓN DE E x TRABAJO LUBRICANTE x Nueva pestaña

storyboardthat.com/portal/storyboards/womansensation/corp-private/lubricante-intimo-woman-sensation

PURCHASE TODAY

StoryboardThat PRICING MY DASHBOARD LOG OUT

lubricante intimo woman sensation (Edit Title) by womansensation Updated: 11/15/2020

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
<p>la resequead vaginal es un estado, incomodo que causa molestia en la zona V íntima de la mujer, provocando en algunos casos picazón, eror o dotor en la vagina.</p> <p>la resequead vaginal.</p>	<p>Las mujeres entre un rango de de edad comprendido entre los trece (13) en adelante o en su defecto, que hayan iniciado su vida sexual.</p> <p>las mujeres entre un rango de edad de los trece (13) años en adelante o en su defecto que haya iniciado su vida sexual.</p>	<p>las mujeres dependiendo del ciclo que estan atravesando necesitan lubricantes para estimular su zona vaginal. Es cierto que la sequedad vaginal es una condición incómoda y desagradable que afecta tanto a la vida sexual como al bienestar femenino.</p> <p>Pensando en ellas es que creamos lubricante intimo WOMAN SENSATION</p>	<p> womansensation sensation Probar LUBRICANTE INTIMO WOMAN SENSATION</p> <p>lubricante intimo WOMAN SENSATION es muy bueno para aumentar el placer durante el sexo sin preocuparse por la falta de lubricación, además te ayuda a limpiar sin causar irritación e incluso evita infecciones a la zona v íntima.</p>

Create your own at Storyboard That

1:47 p. m. 15/11/2020

