

Bellaroma

Paola Andrea Beltran Vasquez

Jose Alberto Pachon Velasquez

Docente

Maritza Arias Hernandez

Corporacion unificada nacional para la educacion

superior

Creacion de empresas 1

Administracion de empresas

Bogota D.C 2020

Tabla de contenido

Bellaroma.....	1
Tabla de figuras.....	3
Lista de tablas.....	4
Logo.....	5
Slogan.....	6
Redes sociales.....	7
Catalogo.....	8
Objetivo general.....	9
Actividad semana 2.....	10

Autoevaluación	15
Idea de negocio estructurada	17
Estrategias de innovación.....	18

Tabla de figuras

FIGURA 1.....5

FIGURA 2.....6

FIGURA 3.....7

FIGURA 4.....8

FIGURA 5.....13

FIGURA 6.....14

FIGURA 7.....18

FIGURA 8.....19

Lista de tablas

Tabla 111

Tabla 215

Tabla 315

Logo

BellAROMA

LOGO (FLOR DE LOTO)



FIGURA 1

Slogan

BellAroma

El Aroma de tu piel

FIGURA 2

Redes sociales



FIGURA 3

Catalogo



FIGURA 4

Objetivo general

BellAroma quiere dar a conocer sus fragancias 100% naturales con envases biodegradables para la conservación del medio ambiente, llegando a cada uno de los rincones de su hogar siendo reconocidos como las mejores fragancias femeninas transmitiendo mil emociones y sensaciones.

Actividad semana 2

- 1) si usted tiene una idea de negocio ya identificada, o en la cual se encuentra trabajando, en este punto solamente explique: cómo su idea de negocio puede solucionar un problema social, económico, político o ambiental existente en el entorno.

Pregunta problema

Mediante nuestra empresa “BellAroma” quiere ayudar solucionando el problema social del desempleo que es tan común en nuestro país, de esta manera brindaremos nuevas ofertas de trabajo ya que debido a la pandemia COVID-19 El porcentaje de desempleo aumento drásticamente; no dejando de lado el tema medio ambiental con nuestros envases 100% biodegradables que ayudan a contribuir con nuestro ambiente.

- 2) Enuncie de manera resumida a cuál (es) de los objetivos de desarrollo sostenible se puede relacionar el problema, reto, necesidad u oportunidad previamente identificados, o que aplica a su idea de negocio.

Los objetivos a los cuales relacionamos nuestro problema son fin de la pobreza, trabajo decente, crecimiento económico, salud y bienestar es dar prioridad a la base en la pirámide de necesidades y así motivar a nuestros empleados a la autorrealización a través del cumplimiento de sus metas.

3) Describa brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio




Desde la teoría del valor compartido y sabiendo que debemos generar es un impacto social, desde BellAroma queremos apoyar a las mujeres cabeza de hogar para que puedan

empoderarse

y desde nuestra empresa recibirán el acompañamiento y la asesoría pertinente para llevar a cabo sus ideas de negocio enfocados en el tema de la perfumería.

IDENTIFICA LA OPORTUNIDAD

Tabla 1

ANALISIS PESTEL		
 POLITICOS Esta presente el IVA mínimo del 19% para esa clase de bienes.	 ECONOMICOS Pertenece al sector secundario en Colombia este sector ha tenido un crecimiento anual del 8.7%,	 SOCIAL Nuestros productos van dirigidos especialmente al género femenino esas mujeres empoderadas mayores de 30

	<p>superior al de sus similares</p> <p>en</p> <p>Latinoamérica, además</p> <p>tenemos una diversidad</p> <p>florística inmensa de las</p>	<p>años, independientes</p> <p>profesionales, que residen</p> <p>en</p> <p>Bogotá.</p>
--	--	--

**cuales el 36% solo se
encuentran en nuestro país.**



TECNOLOGICOS



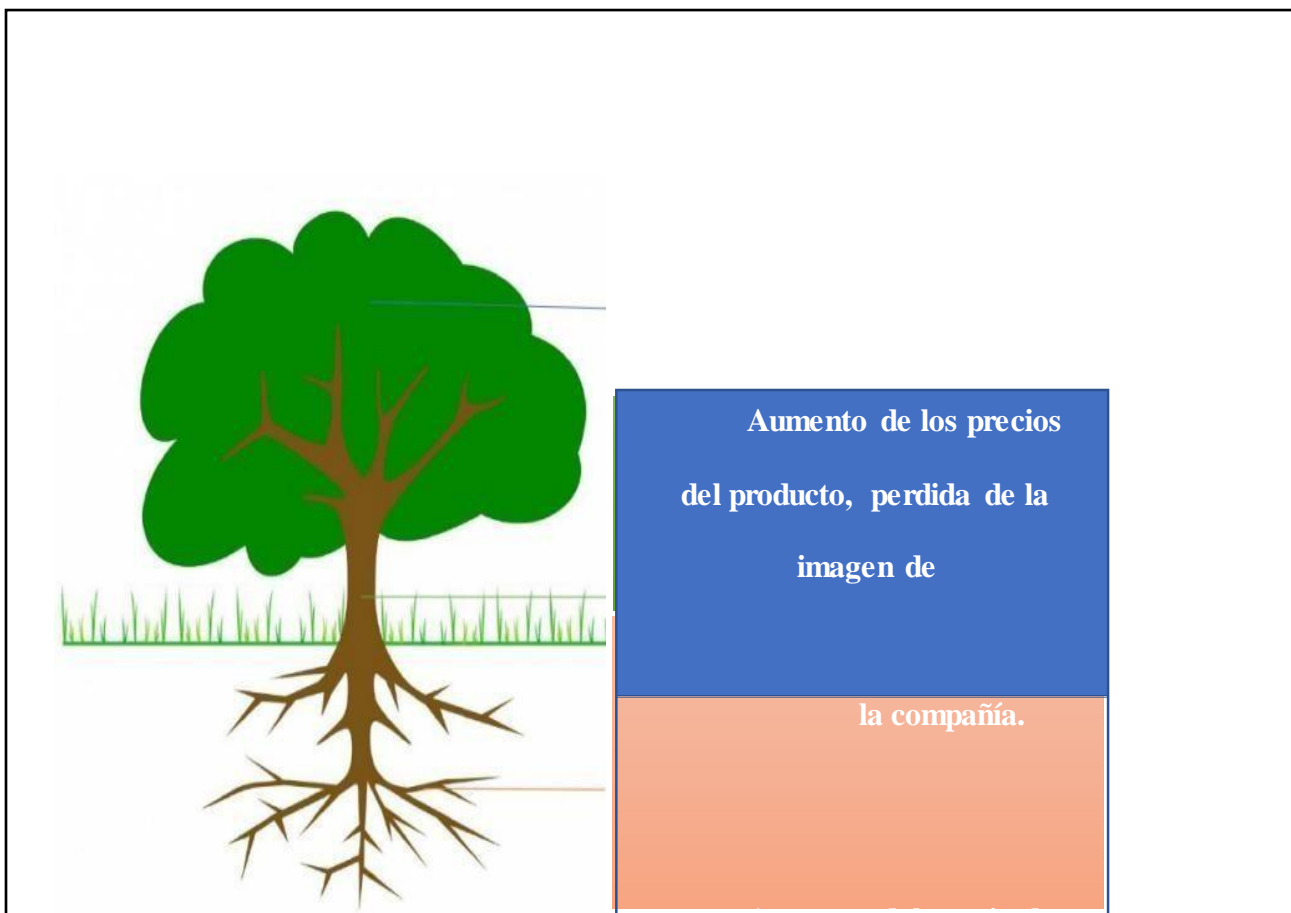
ECOLOGICOS



LEGAL

<p>Implementación de App para la creación de las fragancias con el fin empoderar al usuario para que defina lo que le gusta y lo que no siendo así 100% personalizado.</p>	<p>Como nuestros envases biodegradables el impacto en nuestro medio ambiente es nulo además nuestras fragancias son 100% naturales</p>	<p>Las leyes existentes en el sector son:</p> <ul style="list-style-type: none">- Decreto No 219 de 1998. (definición de cosmético según la ley)- Decisión 516 2002 estabilidad cosméticos <p>Invima.</p>
---	---	--

Árbol de problemas



Aumento de los precios del producto, pérdida de la imagen de

la compañía.

Aumento del precio de

FIGURA 5

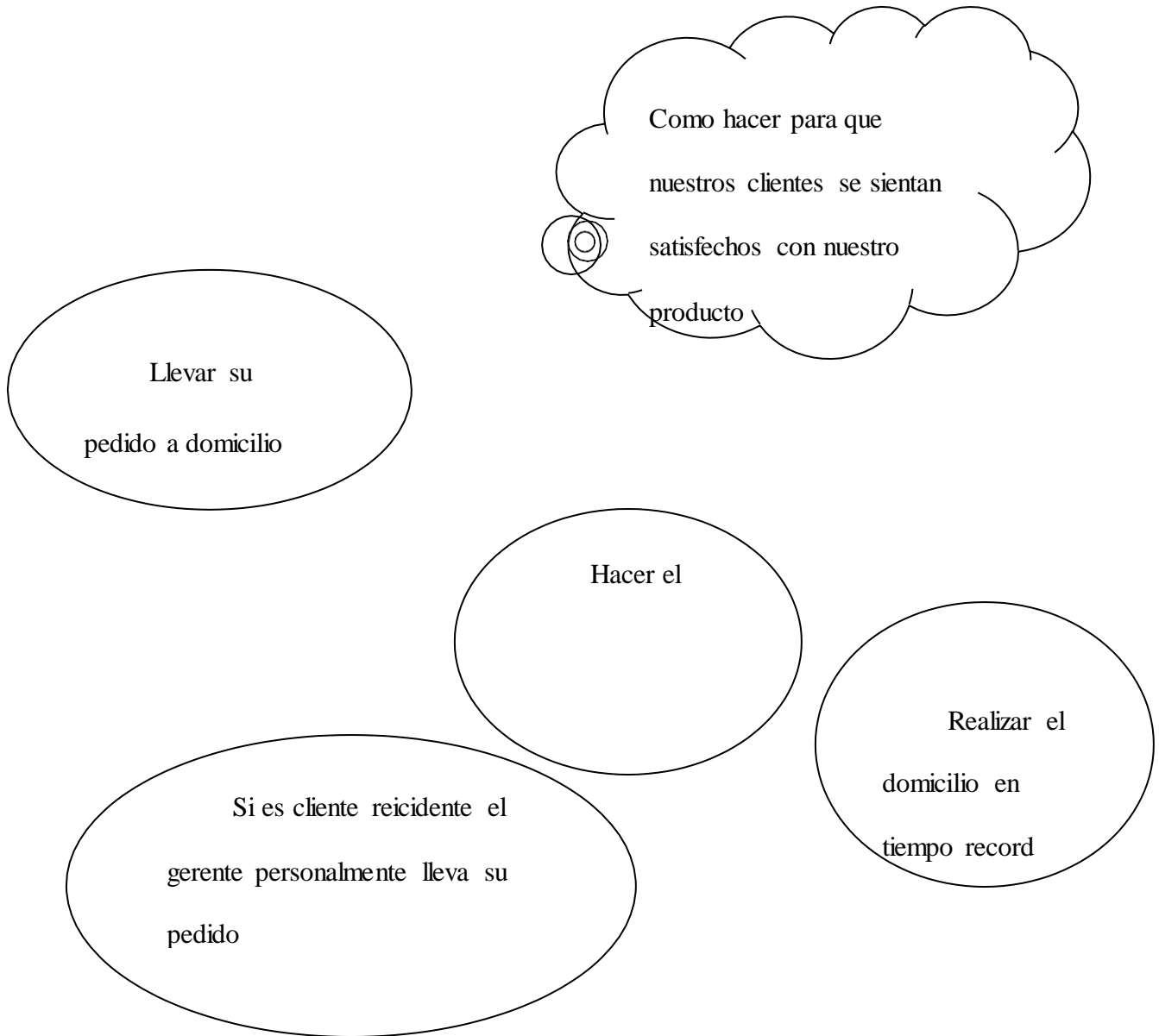
Árbol de objetivos



FIGURA 6

Técnica de generación de ideas

Lluvia de ideas



Autoevaluación

Tabla 2

Interés / Disposición Afirmaciones	Escala de valoración				
	F				V
-La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer			3		
-No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad					5
-Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio					5
-Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando			3		
Número total de afirmaciones valoradas en:					

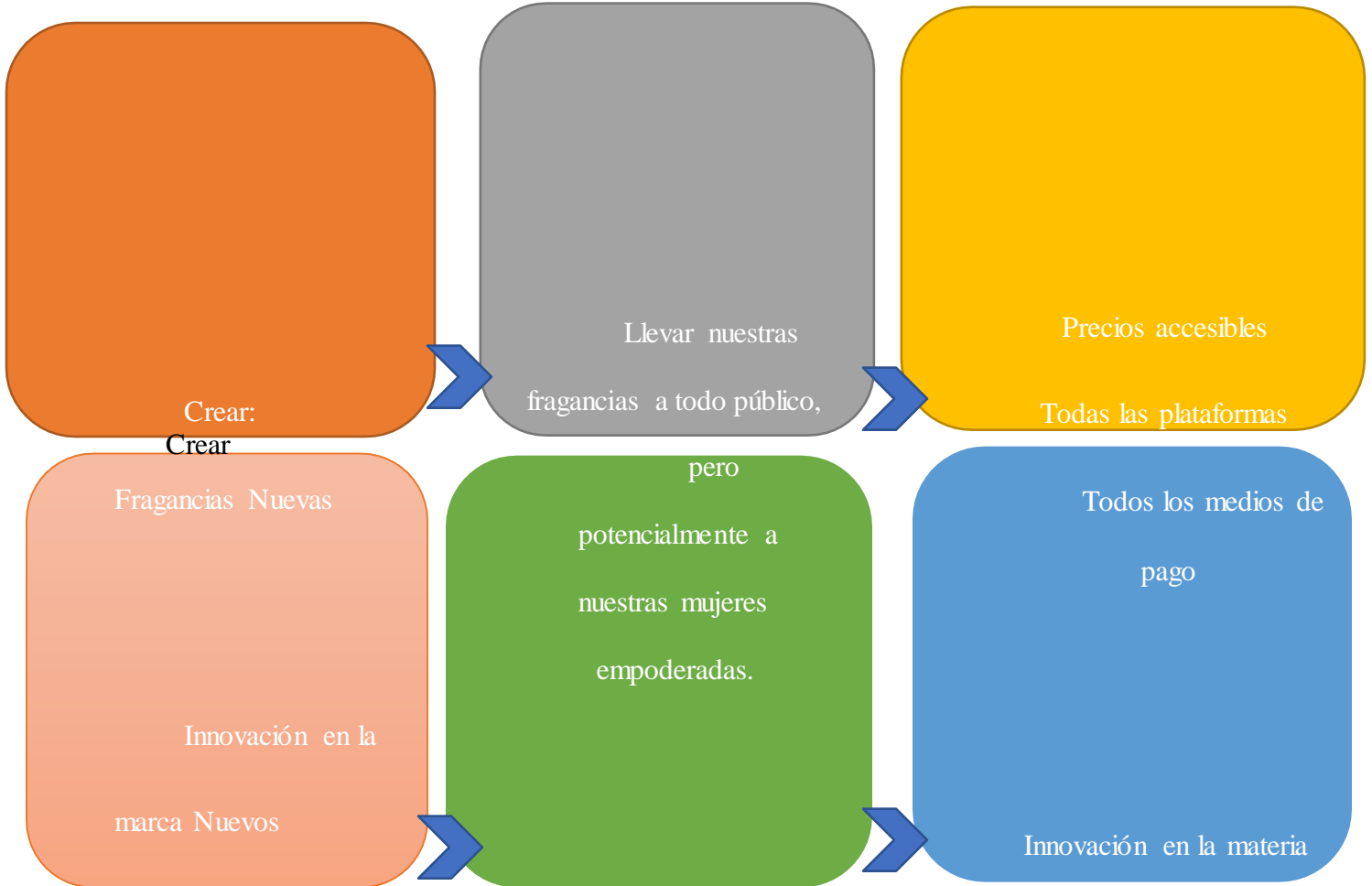
Tabla 3

	A		B		C
Total, de afirmaciones en 1:	0	X	1	=	0
Total, de afirmaciones en 2:	0	X	2	=	0
Total, de afirmaciones en 3:	2	X	3	=	6
Total, de afirmaciones en 4:	0	X	4	=	0
Total, de afirmaciones en 5	2	X	5	=	10
Puntaje total					16

TABLA 1

¿Cuál es el producto o servicio?	Lociones (100% naturales)
¿Quién es el cliente potencial?	Mujeres, aunque el producto va dirigido al núcleo familiar los productos se entregaran a domicilio.
¿Cuál es la necesidad?	Las fragancias que te hacen oler bien mejoran el estado de ánimo, da confianza, aumenta tu autoestima hace a las personas más seguras de sí mismas.
¿Como?	Por medio de las ventas online, redes sociales, catalogo.
¿Por qué lo preferirán?	Por qué nuestras fragancias no contienen químicos son fabricadas con esencias 100% naturales florales, por la diversidad que manejamos en nuestro país debemos sacar provecho de estas maravillosas flores.

Idea de negocio estructurada



Estrategias de innovación

- Para los clientes que no quieran salir de casa al momento de adquirir su colonia, podrán cancelar vía internet y la loción se le llevara a domicilio sin costo adicional

- Para ayudar al medio ambiente y el bolsillo de nuestros clientes al llevar

el envase de su colonia al ser reenvasado vacío se le hará un descuento en su próxima compra

- Los clientes que quieran un envase de manera personalizada que tenga figuras propias o incluso letras se podrá realizar. A través de un APP que le permita interactuar y crearlo de manera autónoma.

- Al momento de la compra queremos darles a nuestros clientes una experiencia única por lo cual al momento de que el haya escogido su fragancia de la flor de su elección esta será entregada de manera física en una capsula.



FIGURA 7



FIGURA 8

Describe 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.

1 es un producto 100% natural.

2 es amigable con el planeta por el uso de sus envases biodegradables.

3 se puede personalizar al gusto de nuestro comprador.

4 ofrece una experiencia única al tener su flor encapsulada de la fragancia escogida.

5 por ser esencia de extractos florales produce relajación.

6 por sus aromas conduce a la tranquilidad.

7 aumenta la autoestima.

8 nuestros aromas son ideales para combatir el stress una condición muy común en el día a día.

9 te hace más atractiva o atractivo.

10 aumenta la confianza en ti mismo.

11 por fragancia perdurable podrás oler bien todo el día.

12 evitan alergias en la piel y otros efectos secundarios

13 seguridad

14 mejora tu humor

15 ayuda a la memoria

Ejercicio de Buyer: Yesmin Yazo.



Describe los miedos,
frustraciones y ansiedades:

- No pasar suficiente tiempo con su familia.
- Atravesar por problemas económicos

Desea, necesita,
anhela, sueña:

- Una bicicleta de montaña ya que le gusta mucho el ejercicio y se cuida mucho

<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Mujer 33 años</p> <p>Vive en casa propia</p> <p>Trabaja independiente</p> <p>Casada</p> <p>Ingeniera de sistemas.</p>	<p>¿que están tratando de hacer y porque es importante para ellos?</p>	<p>¿cómo alcanzan esas metas hoy? ¿hay alguna barrera en su camino?</p>
<p>Frases que describen mejor sus experiencias</p>		

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	
---	--

3. Describa lo siguiente:

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? ¿Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?

-En universidades, colegios, en la ciudad, debido a que nuestro producto va dirigido a mujeres luchadoras, emprendedoras etc..

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

1- Luchadora

2- Emprendedora

3- Empoderada

4- Responsable

5- Se cuida Físicamente

c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

-Compañeros, subalternos, superiores, gente del común, nuestro cliente debe estar seguro de si mismo y esa seguridad la brinda “BellAroma”

d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

-Por ser una mujer que se cuida de manera integra para mantener una excelente autoestima, las necesidades de adquirir productos cosméticos que le ayuden a mejorar su apariencia con esto proporcionar más confianza y resaltar en todos los aspectos de su vida.

4. Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

- Nuestra fragancia “BellAroma” te ayudara en el entorno laboral, académico y en tu día a día te hará

sentir seguro (a) en todo momento ya que su fragancia perdura todo el día,

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades de este.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

-Andy Tauer

-Undergreen paris

-Rich Hippie

-Tsi-la organic perfume oils

-Honore des pres

-strange invisible perfumer

-Pacifica perfumes

-Ganesha's Garden solis perfume

-Red flowers fragrances

2. ¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

En realidad nuestro producto se ajusta a un gran porcentaje de la población a nivel mundial, debido a que estamos ubicados en america latina el cual es el continente que en variadas estadísticas ha demostrado ser potencia mundial en el consumo de fragancias.

3. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

-Respecto a los negocios similares al nuestro, en mi opinión la mayor necesidad que suple nuestro negocio y deben suplir la competencia es el tema ambiental, el ser amigable con el planeta y trabajar con ingredientes %100 naturales.

4. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

-Respecto a personas vamos mas dirigidos al genero femenino y respecto a negocios todos aquellos que comercialicen cosméticos para la belleza

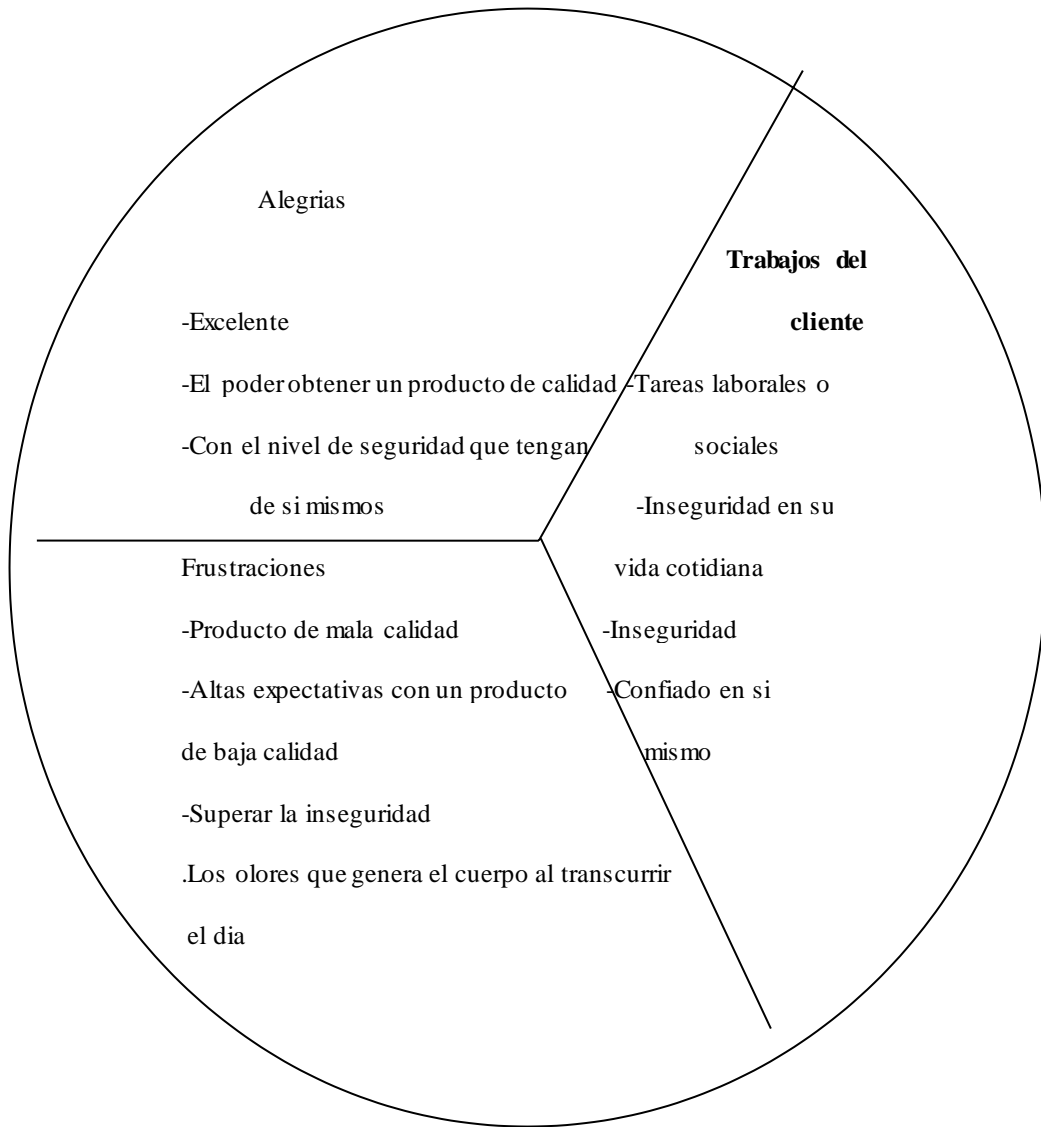
5. Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto

- Aquellas personas que se sientan inseguras, estresadas ya que nuestras fragancias ofrecen relajación y en general al genero femenino.

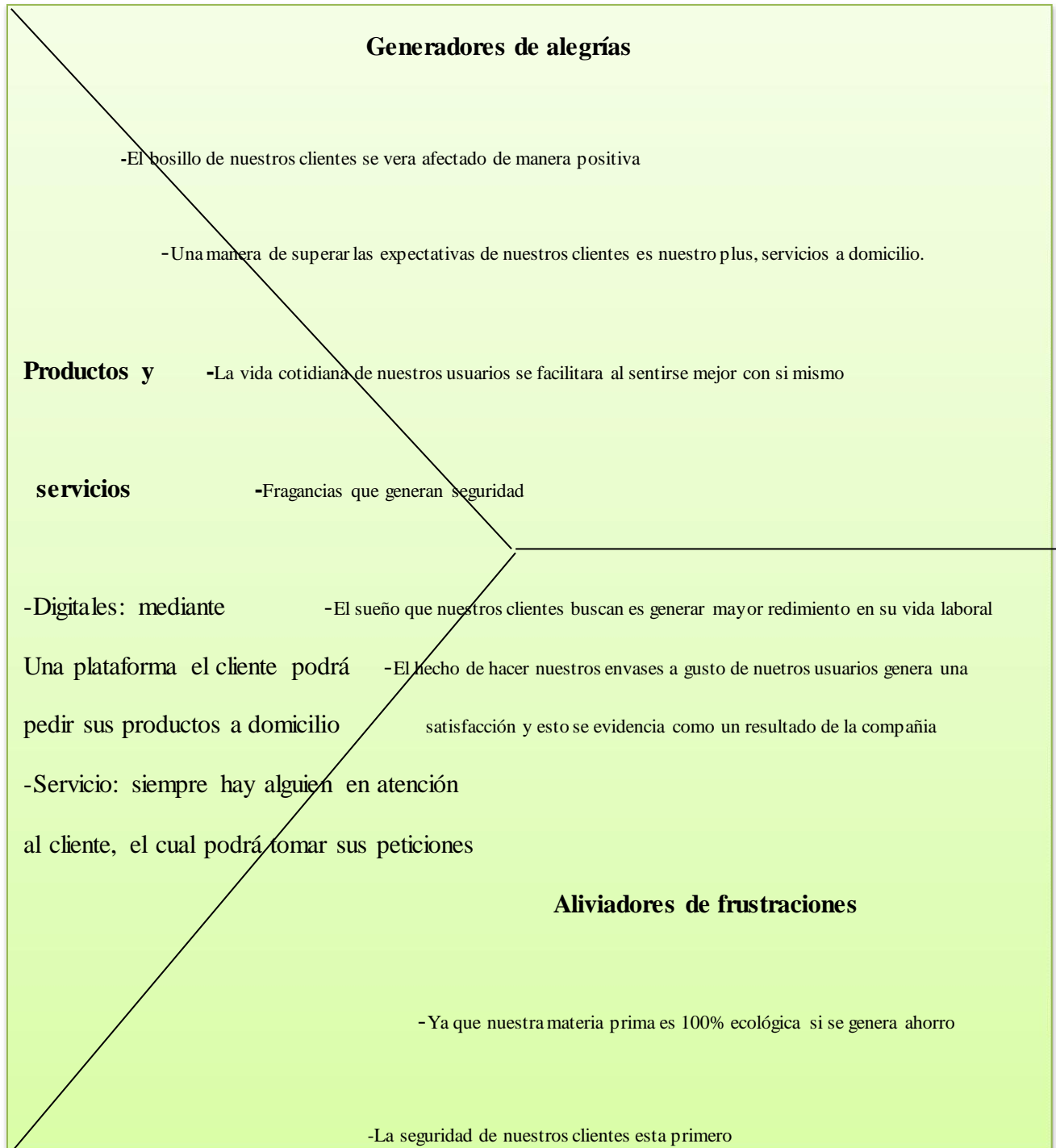
Con lo anterior, acaba de definir su mercado potencia, disponible, meta y objetivo, siendo este último al que finalmente vale la pena realizar TODOS los esfuerzos para alcanzarlo (logística, mercadeo u otros esfuerzos promocionales)

Siempre tenga presente que segmentar conlleva a optimizar recursos y maximizar ingresos, pues sin dejar de ofrecer/vender productos a otros, ese segmento de clientes es el que representará la porción más representativa de ingresos o rentabilidad por cliente a nuestra compañía.

Perfil de cliente



Productos y servicios



-Si la seguridad de nuestros clientes mejora su rendimiento tambien

-Una de las dificultades que enfrentan nuestros clientes es el autoestima el cual mejora de manera radical con nuestro producto

-Asi como define dificultad también es un riesgo e la vida cotidiana de nuestros clientes

-Al sentirse mas seguros nuestro clientes serán mas eficaces en su vida cotidiana, menos errores

-Usualmente en el mercado las fragancias no son naturales, ya que nuestras fragancias son 100% naturales esto hara

Que nuestros clientes adopten y acojan nuestro producto rapidamente

Propuesta del valor

El valor que genera nuestra idea de negocio es que brinda seguridad, aumento en la autoestima de nuestros clientes por ende mayor confianza al realizar labores diarias

Ficha técnica

Ficha técnica del producto
Bellaroma
Alcohol destilado, esencia, feromonas
Seguimiento continuo en la producción
100ML, 125ML
Envase de vidrio, embalaje en una caja,
Espuma para proteger los envases de vidrio, publicidad mediante plataformas digitales
N/A
N/A
Porción recomendada 100ML, atención al cliente en caso de quejas,

Ciclo de vida del producto

Introducción ← nuestro producto se encuentra en la introducción al mercado

Crecimiento

Madurez

Declive

Desaparición

Aspectos legales

- Nuestra empresa será constituida y registrada ante la cámara de comercio de Bogota
- Se debe hacer el registro en el rut el cual nos permitirá hacer el tramite de facturación
- Se inscribirá en la secretaria de hacienda municipal para futuros pagos de industria y comercio
- Se obtendrá el uso de suelo correspondiente y el sayco y acimpro para cumplir a cabalidad con todos los requisitos legales para la constitución y libre desarrollo de la empresa

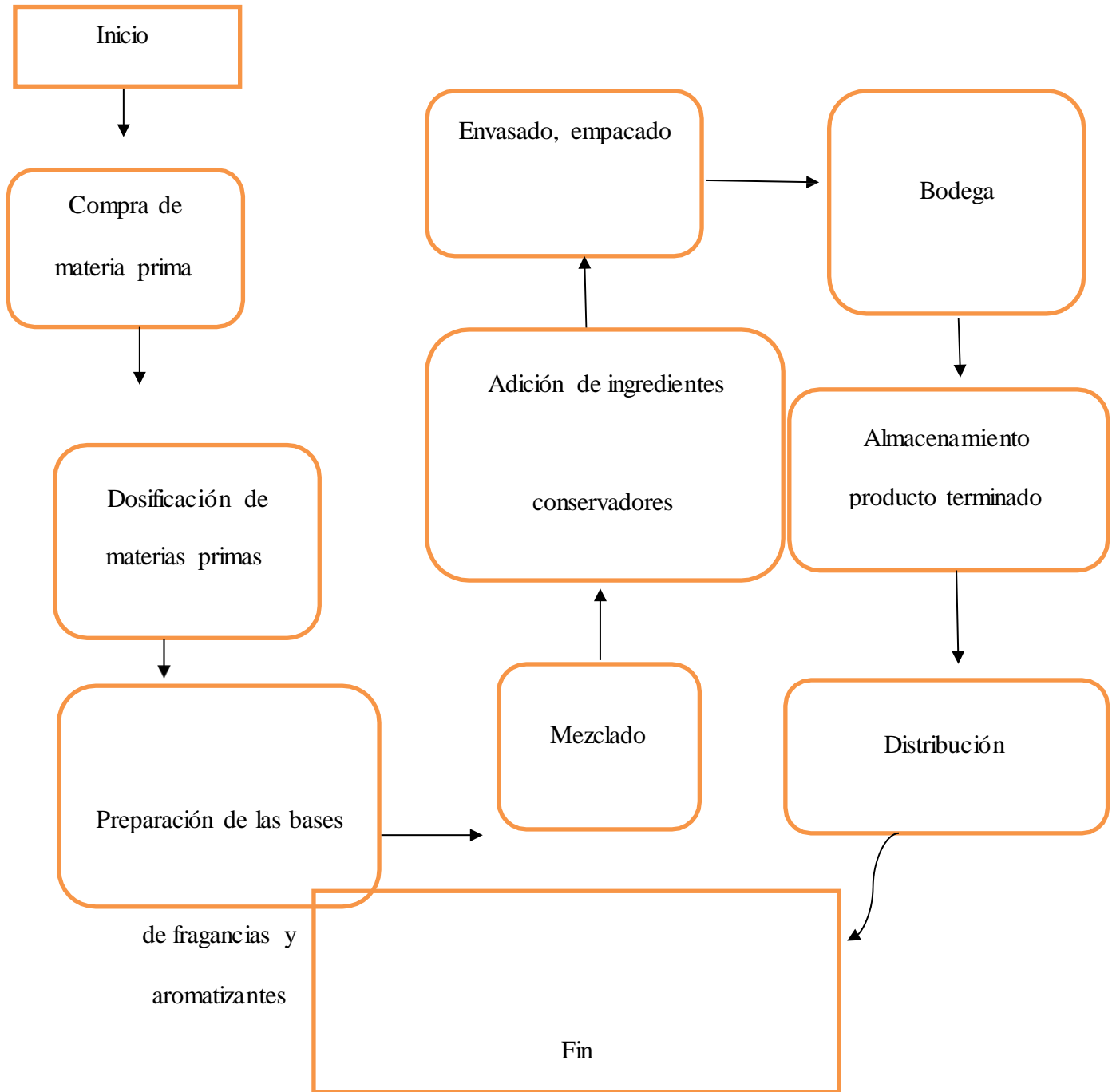
Materiales y maquinaria

- Maquina mezcladora: permite mezclar las diferentes materias primas
- Maquina llenadora/ tapadora: esta maquina es adecuada para el llenado y enroscado de los envases
- Maquina serigrafica: la maquina realiza la impresión de la marca en diversas clases de envase
- Maquina estuchadora automática horizontal: es una maquina que se garantiza la calidad del embalaje y la estabilidad de la maquina, incluye de 1 a 4 dobleces automáticos, impresión de numero de lotes y cierre
- Maquina de envoltura automática: se requiere para la envoltura de la caja.
- Bascula industrial

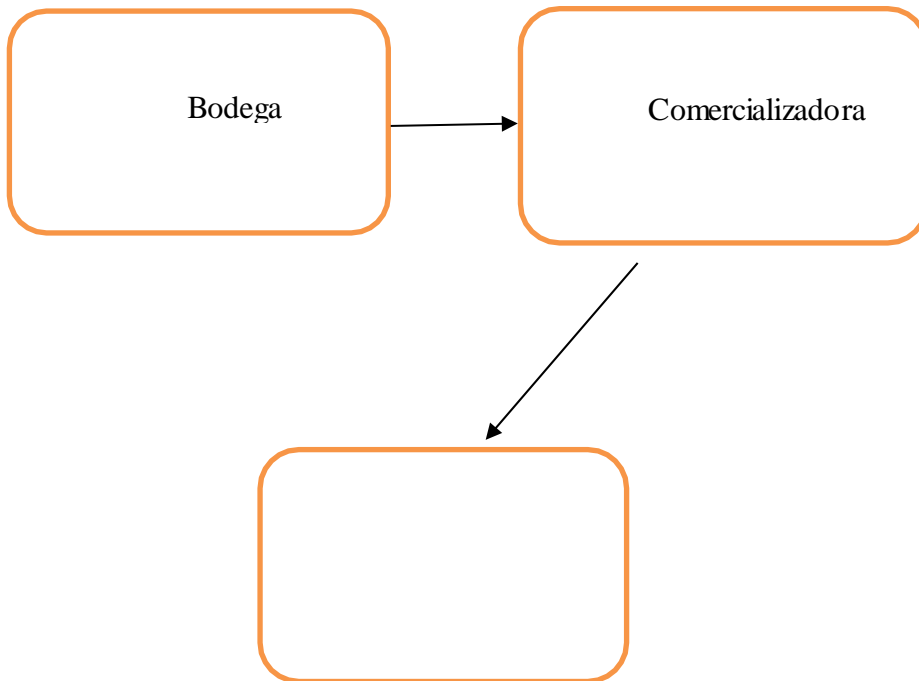
- Estibador eléctrico de trabajo pesado
- Maquina para sellado de cajas
- Mesa industrial
- Instrumentos de laboratorio
- Alcohol destilado
- Esencia
- Feromonas

- Sellador
- Envase 1, 100ML
- Envase 2, 125ML
- Probador 50ML

Diagrama de bloques



Cadena de distribución



Costo de producción y precio de venta

Costo unitario perfume	
Materia prima	\$3.850.000
Arriendo PDV	\$1.200.000
Arriendo PDF	\$1.200.000
Precio de venta unitario	\$8.000

Indicadores de calidad

- Tiempo de preparación de los productos
- Medir la manipulación de materia prima por parte del personal
- Verificación de los envases
- Mantenimiento semanal de las maquina operativas
- Seguimiento en los horarios de los operarios
- Capacitaciones mensuales a los operarios
- Muestras para determinar la calidad de la fragancia
- Verificación de salida de los productos
- Verificación de la llegada de los productos a la comercializadora
- Control de limpieza en todas las áreas de producción

Etiqueta, producto



Semana 10

Características del producto o servicio

Bellaroma se caracteriza por sus envases biodegradables sus fragancias 100% naturales con extractos florales, además de nuestros envases personalizados.

Características del prototipo

Como nuestros perfumes son naturales se realizan de manera casera estos son macerados de esencias en alcohol. A esta fórmula se le añade agua desmineralizada, glicerina o fijadores según la necesidad.

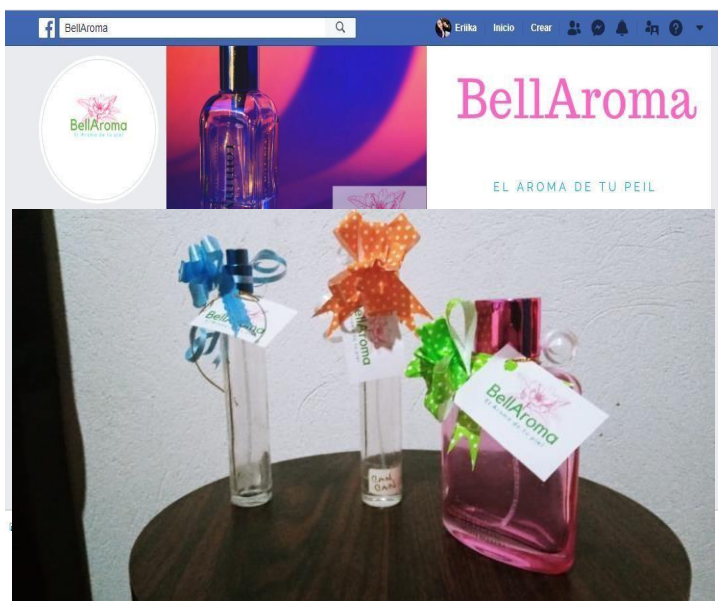
- 30% de esencia Floral
- 70% de alcohol 96°

Se macera la mezcla durante unos días en un frasco de cristal y en lugar frío y tendrás un perfume casero listo para usar. A la hora de que el cliente elija los ingredientes debe tener claro qué tipo de perfume quiere. Si busca que huelga de forma similar a la colonia comercial favorita, o la mejor opción son nuestras fragancias naturales con esencia floral.

Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo

Nuestro cliente con el prototipo va a interactuar de manera visual por medio de imágenes a través de nuestro catalogo y nuestra página online también por medio de nuestra APP la que se encargara de los envases personalizados.

Evidencia del prototipo.



Semana 11

1. **Segmento de clientes:** Aunque bellaroma es una marca para toda la familia tenemos un cliente objetivo que son las mujeres empoderadas de 30 años independientes profesionales que residen en Bogotá.
2. **Problema:** indica ¿qué problema padece el cliente y que el producto/servicio ofrecido pretende solucionar?

La mayoría de las personas tienen alguna inseguridad lo que pretende bellaroma con sus fragancias es incidir de modo directo en las emociones percepciones de nuestros clientes y que las utilice a su favor científicamente los olores se procesan en el sistema límbico, que es la parte más primitiva del cerebro, relacionada con nuestra memoria, emociones por eso nuestros aromas tienen el potencial de despertar respuestas intensas.

3. **Proposición de valor única:** ¿qué te hace diferente? y ¿cómo ayudarás a tus clientes a solucionar los problemas que presentan? ¿qué paquetes de productos o servicios ofreces a cada segmento de mercado?

Lo que nos diferencia del mercado es que además de manejar nuestras esencias florales queremos darles una experiencia única a nuestros clientes por lo cual de que se haya escogido la fragancia de la flor de su elección esta será entrega de manera física en una capsula.

4. **Solución:** enlista 3 características principales del producto/servicio.

- Envase Biodegradable.

- Esencias Florales.

- Fragancias Personalizadas.

5. **Canales:** Se maneja a través de mensajería al domicilio de nuestros clientes están establecidos dos canales de distribución uno físico por medio del catalogo y otro digital por página web y WhatsApp.

6. **Flujo de ingresos:** La experiencia de tener su flor encapsulada y la fragancia que deseen es un plus de bellaroma nuestros precios son fijos y nuestra ubicación es Bogotá sin cambios por ubicación y los pagos se manejan contra entrega.

7. **Estructura de coste:** indica qué costos tendrá tu empresa (costos fijos y variables). Ej: gastos por mercadeo, pagos de local, materiales consumibles y sueldos del personal, otros.

8. **Métricas clave o Actividades clave:**

Como tenemos nuestros canales de distribución digital debemos validar

- Tasa de rotación de clientes: ya que con este dato podremos saber porque nuestro cliente dejo de usar nuestro producto.

- Retroalimentación de clientes: A través de encuestas y/o llamadas telefónicas para saber sus comentarios con respecto a la utilización de nuestros productos saber si están felices o insatisfechos de ser así saber que les gustaría que cambiáramos con respecto al producto,

9. **Ventaja especial o competitiva:** Refleja en una sola frase lo que hace especial frente al resto de competidores.

El aroma de tu ser.

B. *Teniendo en cuenta el paso a paso y la clase, llena la [plantilla Running Lean](#) que podrás encontrar en esta semana.*

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja injusta	Segmento de clientes
<p>La mayoría de las personas tienen alguna inseguridad.</p>	<p>lo que pretende bellaroma con sus fragancias es incidir de modo directo en las emociones percepciones de nuestros clientes y que las utilice a su favor científicamente los olores se procesan en el sistema límbico, que es la parte más primitiva del cerebro, relacionada con nuestra memoria, emociones por eso nuestros aromas tienen el potencial de despertar respuestas intensas</p>	<p>El aroma de tu ser.</p>	<p>Lo que nos diferencia del mercado es que además de manejar nuestras esencias florales queremos darles una experiencia única a nuestros clientes por lo cual de que se haya escogido la fragancia de la flor de su elección esta será entrega de manera física en una capsula.</p>	<p>Aunque bellaroma es una marca para toda la familia tenemos un cliente objetivo que son las mujeres empoderadas de 30 años independientes profesionales que residen en Bogotá</p>

	<p>Métricas Clave</p> <p>Tasa de rotación de clientes.</p> <p>Retroalimentación de clientes.</p>		<p>Canales</p> <p>Dos canales de distribución uno físico por medio del catálogo y otro digital por página web y WhatsApp</p>		<p>Semana 12</p> <p>- Objetivo de la investigación.</p>
<p>Estructura de costos</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>La experiencia de tener su flor encapsulada y la fragancia que deseen es un plus de bellaroma nuestros precios son fijos y nuestra ubicación es Bogotá sin cambios por ubicación y los pagos se manejan contra entrega</p>			<p>Realizar un estudio estadístico por</p>

medio de una encuesta a 50 personas que nos permita reconocer la importancia de nuestro producto en el mercado de hoy.

- Tipo de investigación

Cualitativa- Discreta

- Diseñe el formulario de la encuesta.

Formulario en Google.

- Determine el tamaño de la muestra

50 personas encuestadas.

Investigación de mercados

Objetivo de investigación

Confirmar el tipo de persona que va a comprar nuestro producto y su edad

Tipo de investigación

Cualitativa-discreta

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

OBJETO DE ESTUDIO

Se realiza un estudio estadístico por medio de una encuesta a 50 personas que nos permita reconocer la importancia de nuestro producto en el mercado de hoy.

POBLACIÓN

Personas residentes en Bogotá.

MUESTRA

50 personas

ATRIBUTO

Uso de una fragancia natural.

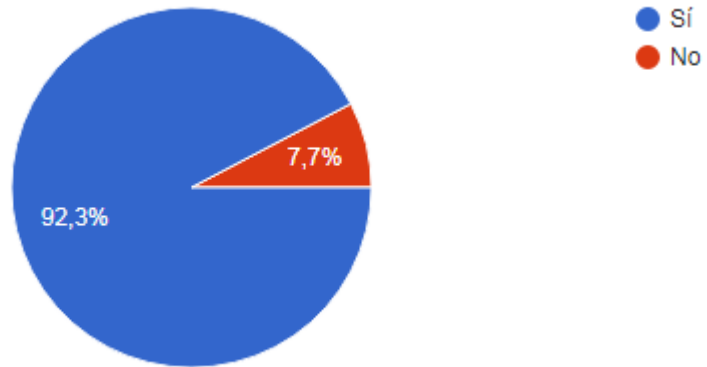
VARIABLE

Cualitativa – Discreta

1. ¿Utiliza algún tipo de perfume?

a) Si

b) No



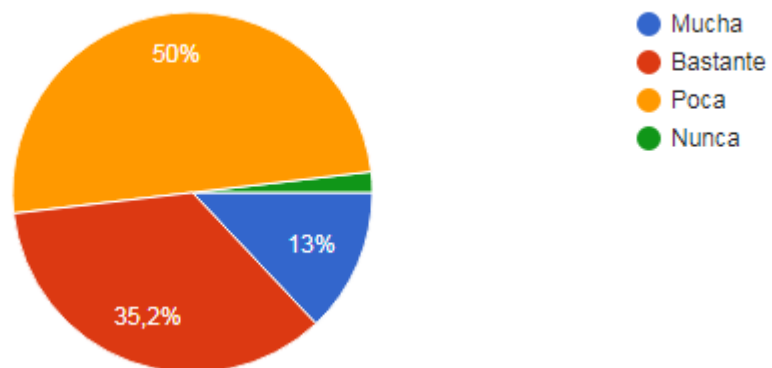
2. ¿Con que frecuencia adquiere estos productos?

a) Mucha

b) Bastante

c) Poca

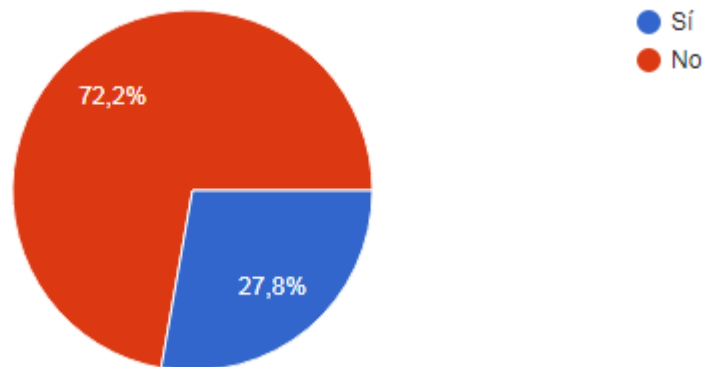
d) Nunca



3. ¿Compra fragancias por Internet?

a) Si

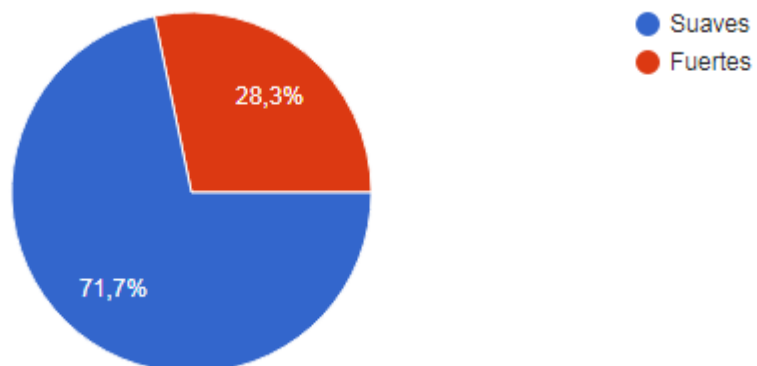
b) No



4. ¿Qué tipo de fragancias prefiere?

a) Suaves

b) Fuertes



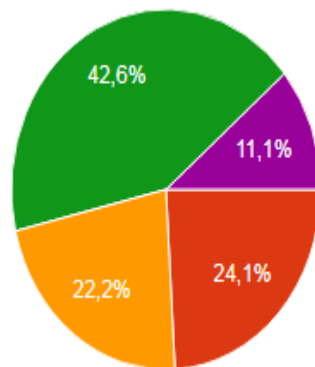
5. ¿Le gustan las fragancias frutales o florales?

a) Frutales

b) Florales

c) Ambas

d) Ninguna



5. ¿Le gustan las fragancias frutales o florales?

Frutales

Florales

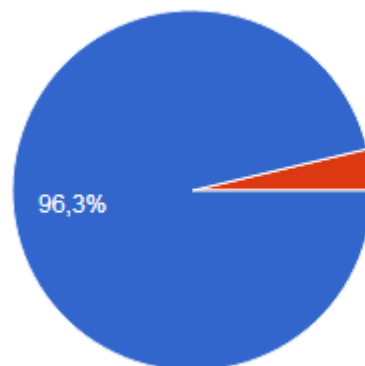
Ambas

Ninguna

6. ¿Recomendarías el producto a tus amigos?

a) Sí

b) No



● Sí

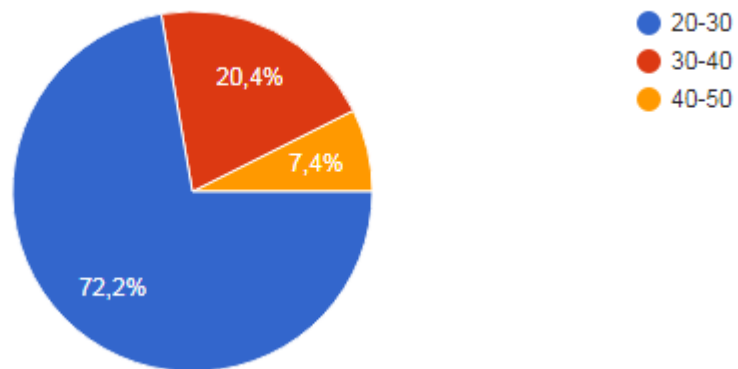
● No

7. ¿Qué edad tienes?

a) 20 -30

b) 30-40

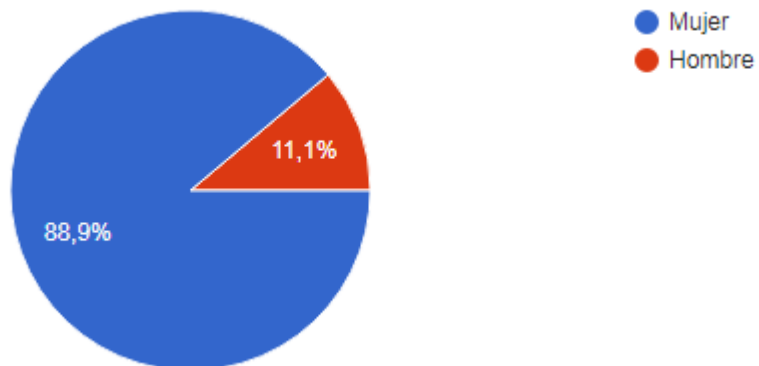
c) 40 -50



8. ¿Genero?

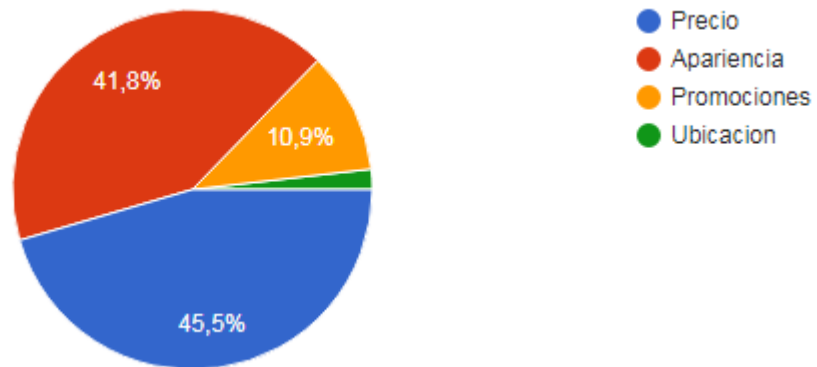
a) Femenino

b) Masculino



9. ¿En que se basa cuando va a comprar su perfume?

- a) Precio
- b) Apariencia
- c) Promociones
- d) Ubicación



10. ¿Qué método utiliza para adquirir su perfume?

- a) Crédito
- b) Contado

