



**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN**

**Marce Cosméticos Persigue tu Sueño**

**Compromiso del autor  
Diana Marcela Mora Horta  
C.C 1.079.604.461**

**Docente  
José Mauricio Miguez Giraldo**

**Programa de Administración de Empresas  
Creación de empresas I modelos de innovación  
Grupo: 50101  
Bogotá  
2020**

## CONTENIDO

1.....	INTRODUCCION	5
1.1 JUSTIFICACIÓN.....		5
1.2 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.....		5
1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....		5
2.....	ANALISIS PESTEL	8
3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....		9
4. PROBLEMA A SOLUCIONAR.....		10
5. IMAGEN 1 ARBOL DE PROBLEMAS .....		12
6. ÁRBOL DE OBJETIVOS .....		13
7. LLUVIAS DE IDEAS .....		14
8. IDEA DE NEGOCIO .....		15
9. IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA .....		16
10. CUATRO ALTERNATIVAS A MI IDEA DE NEGOCIO.....		17
11. ESTUDIO DE MERCADO.....		19
12 .CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA.....		20
12.1 EL NOMBRE DE LA EMPRESA SE RECONOCE EN EL MERCADO COMO:.....		20
13. LOCALIDAD DE ENGATIVA.....		21
14. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....		23

	3
15. CREENCIAS .....	26
16. TAMAÑO DEL MERCADO.....	26
16.1 MARCO GEOGRÁFICO.....	26
17. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	29
18. ANÁLISIS DE COMPETENCIA .....	29
19. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DE LOS PROVEEDORES.....	31
20. SEGMENTA EL MERCADO .....	31
21. PROPUESTA DE VALOR .....	35
21.1 FRASE A MI IDEA DE NEGOCIO.....	35
22. DISEÑA TU PRODUCTO.....	36
22.1 DEFINICIÓN ESTRATÉGICA.....	36
22.2 LEY 1014 DE 2006 .....	37
22.3 LEY 344 DE 1996 .....	37
22.4 LEY 905 DE 2004 .....	37
23. DISEÑO DE CONCEPTO.....	37
24. DISEÑO EN DETALLE .....	37
25. COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA.....	38
27. BROCHURE .....	39
28. FICHA TECNICA .....	40
30. PROTOTIPO .....	41

31. MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA MARCE COSMÉTICOS PERSIGUE TU SUEÑO .....	41
32. ACTIVIDAD DE VALIDACION DE NEGOCIOS .....	41
32.1 HIPÓTESIS .....	41
33. OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	43
34. TIPOS DE INVESTIGACION A UTILIZAR .....	43
35. DEFINICIÓN DEL MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	44
35.1 ENCUESTA .....	44
36. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	46
37. ANALISIS E INTRERPRETACION DE LOS DATOS .....	46
38. ANALISIS DE ENCUESTAS .....	52
39. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	52
40. RESPUESTAS DEL OBJETIVO GENERAL.....	52
41. CONCLUSIONES GENERALES .....	53
42. REFERENCIAS BLIBLIOGRAFICAS.....	53
43. ANEXOS .....	54

## **1. INTRODUCCION**

### **1.1 JUSTIFICACIÓN**

Debido al desarrollo que viene teniendo el sector de belleza en Bogotá y en el país, se plantea realizar propuesta de viabilidad para el montaje de una distribuidora de productos para el cuidado de la piel y del cabello, pensando en un modelo de negocio digital, donde la clientela sea atendida por medio de plataformas digitales como redes sociales, páginas web, entre otros, ofreciendo un portafolio que se adapte a sus necesidades de los mismos. Se plantea ofrecerles a los clientes productos de calidad, buscando siempre la innovación y las últimas tendencias en cuanto a belleza se refieran.

### **1.2 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA**

Desarrollar plan de negocio con el propósito de establecer la viabilidad de implementar en el mercado el montaje de una distribuidora de productos para el cuidado capilar y de la piel por medio de canales digitales con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### **1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✓ Describir como operamos como empresa
- ✓ Investigar el entorno
- ✓ Estudiar de manera general el mercado
- ✓ Establecer como está distribuida la empresa
- ✓ Incrementar el número de ventas
- ✓ Sensibilizar al cliente sobre las ventajas que tiene un buen producto que cuide de su piel y su cabello.

En primer paso mi idea de negocio para contextualizar, es una pequeña empresa de comercialización de cosméticos, basado en tratamientos tanto para la piel del rostro, cuerpo y manos, como para aquellos cuidados para el cabello. Todos estos productos están hechos a base de productos naturales. Adicional la comercialización de estos esta puesta en las plataformas de tecnología virtuales y presenciales, dando así un aire de expansión para el crecimiento de mercado.

Para plantear uno de la problemática inicial sería la de la comercialización de productos naturales, que aportan un respiro industrial para el medio ambiente, ya que, al reducir el uso de productos químicos, esta producción minimiza el impacto consecuente para el daño ambiental, adicional se le inyecta un valor significativo al medio ambiente entregando así un respiro incondicional a cuidar nuestro ecosistema.

En el aspecto social estos productos es necesario generar conciencia ambiental, a la hora de incentivar el uso de productos naturales, para así mismo ayudar a concientizar a la sociedad de la ayuda que se puede generar a la hora de trabajar para la conservación del medio ambiente, pero también podremos apoyar este sector con la implementación de ayudas, técnicas, inversión social, entre otras. Ya que para el sector es evidente la ayuda y la conexión socio-empresarial.

En lo económico la generación de nuevos empleos, en aquellos productores de ingredientes naturales, para el proceso adicional generación integral de empleos a la hora de la comercialización, y expansión de mercado para establecer la continuidad y la visualización de los productos.

3) 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.

Objetivos de desarrollo Sostenible:

Trabajo decente y crecimiento económico, alianza para lograr objetivos

Con el objetivo de Trabajo decente y crecimiento económico lo considero como el principal, ya que este es el que incentiva y motiva llegar a lograr este objetivo sin olvidar la ética de negocio.

Y con respecto a la alianza para lograr objetivos es necesario tener el apoyo cooperativo de entidades y personas, incluidas empleados para el logro puntual del objetivo de crecimiento.

4) 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.

Para acordar la teoría de valor compartido, con respecto a mi idea de negocio, es importante tener en cuenta que a la hora de generar aquellas prácticas corporativas en la operación para el crecimiento y la mejora de competitividad es necesario el objetivo de generar un crecimiento económico redefiniendo el mercado y la productividad, Re concibiendo los productos innovadores que a su vez generarían aquel mercado de proyección.

MARCE  
COSMETICOS  
PERSIGUE TU SUEÑO

## 2. ANALISIS PESTEL

<p><b>POLITICO</b></p> <p>Datos de la investigadora Euro monitor indican que el año pasado la facturación del sector de belleza y cuidado personal en Colombia sumó más de 9 billones de pesos, con un alza del 5,1 por ciento frente al 2016. Es un buen desempeño si se tiene en cuenta que en el 2014 había caído 14,8 por ciento y en el 2015 y en el 2016 no tuvo señal de mejoría.</p>	<p><b>ECONOMICO</b></p> <p>Durante el proceso de comercialización en el mercado de los cosméticos en Colombia, se encuentra que la mayor fuerza laboral son las mujeres, quienes crean toda una serie de factores determinantes para el consumo, pues se convierten en la viva imagen de los productos, tienen la posibilidad de evaluarlos, y a partir de sus experiencias transmiten sus conceptos y consideraciones, lo que inmediatamente se traduce en confianza y cercanía hacia las marcas.</p>	<p><b>SOCIAL</b></p> <p>Dentro de lo social manejaremos las estrategias de publicidad, estrategias de promoción, posicionamiento de la marca y satisfacción del cliente.</p>
<p><b>TECNOLOGICO</b></p> <p>Dentro de la parte tecnológica, tendríamos los mecanismos de compra, acceder a la tecnología para realizar ventas y promocionar la marca, acceso a portafolios de servicios,</p>	<p><b>ECOLOGICO</b></p> <p>Para plantear uno de la problemática inicial sería la de la comercialización de productos naturales, que aportan un respiro industrial para el medio ambiente, ya que, al reducir el uso de productos químicos, esta producción minimiza el impacto consecuente para el daño ambiental</p>	<p><b>LEGAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Registrar el nombre de la empresa</li> <li>✓ Solicitar el Rut</li> <li>✓ Ser registrada en la cámara de</li> </ul>

### 3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Queremos conocer el nivel de servicio y calidad de los productos para maquillaje facial y cuidado capilar enfocados en polvos, bases, labiales, sombras, tratamientos, ampollitas, acondicionadores, Shampoo, tintes entre otros, esto con el fin de evaluar y buscar la aceptación de las marcas que hemos tomado como base para que nuestros clientes nos elijan y así desarrollar una propuesta innovadora de mercado que nos permita ser reconocidos como proveedor potencial en cuidados de belleza facial y capilar.

¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Consumo excesivo de la tala de bosques que genera destrucción de la capa de ozono

Efectos negativos en cuestión de la salud

Contaminación a los ríos y mares afectando la especie marina

<b>CRITERIO</b>	<b>PROBLEMA 1 Consumo excesivo de la tala de bosques que genera destrucción de la capa de ozono</b>	<b>PROBLEMA 2 Efectos negativos en cuestión de la salud</b>	<b>PROBLEMA 3 Contaminación a los ríos y mares afectando la especie marina</b>
Alcance (Técnico ¿Tenemos las herramientas, podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a la información, datos, cifras? ¿Puedo darle alguna solución?)	5	5	5
Costo (Posible Solución)	5	3	5
Impacto ¿Es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	3	5
¿Qué tanto les llama la atención	5	5	5

#### 4. PROBLEMA A SOLUCIONAR

Estilos de vida y prácticas de consumo frente a los tratamientos de estética facial y cuidado capilar en los hombres y mujeres. .

**Encuesta:**

**<https://www.onlineencuesta.com/s/b38df36>**

**Conoce usted sobre el impacto ambiental que genera la tala de bosques?**

- sí
- no

**Esta de acuerdo con la tala indiscriminada de Bosques?**

- sí
- no

**Utiliza usted productos de belleza?**

- sí
- no

**Piensas que tu arreglo personal es..**

- a) Importantísimo  b) Necesario  c) No me preocupo

**¿Qué es lo primero en un producto de belleza?**

- a) La calidad
- b) La marca
- c) El precio

**¿Cuántos productos de belleza utilizas habitualmente?**

- a) Uno
- b) De dos a cuatro
- c) De tres a cinco
- d) Mas de cinco?

**Con que frecuencia compras productos de belleza**

- a) Semanal
- b) Mensual
- c) Trimestral

**¿Está satisfecha con el producto que utiliza?**

- sí
- no

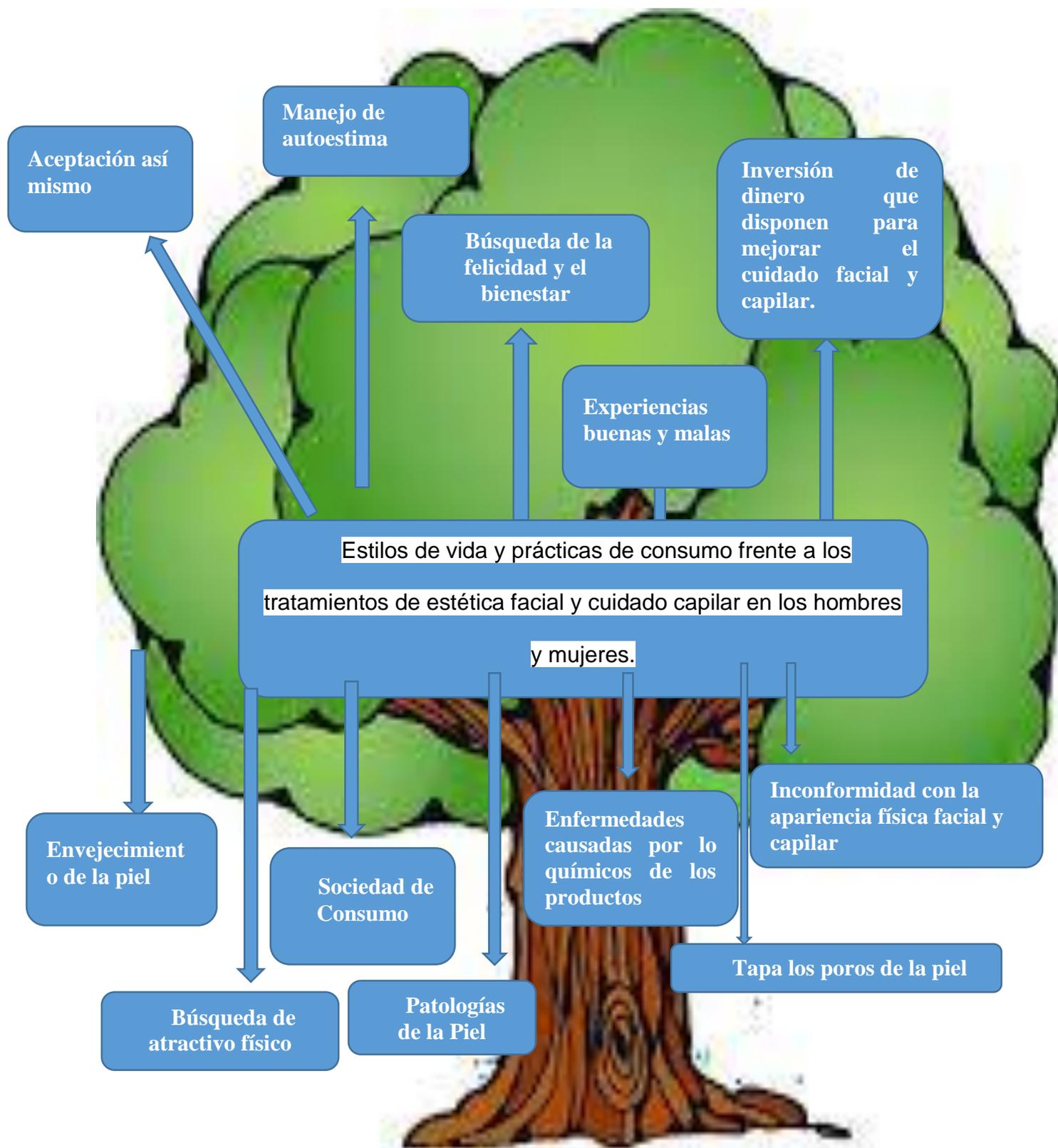
**¿Dónde compras los productos de belleza?**

- a) Catálogos
- b) Supermercados
- c) Tienda Especializada
- d) Otros

**¿Estarías dispuesta a probar una nueva marca?**

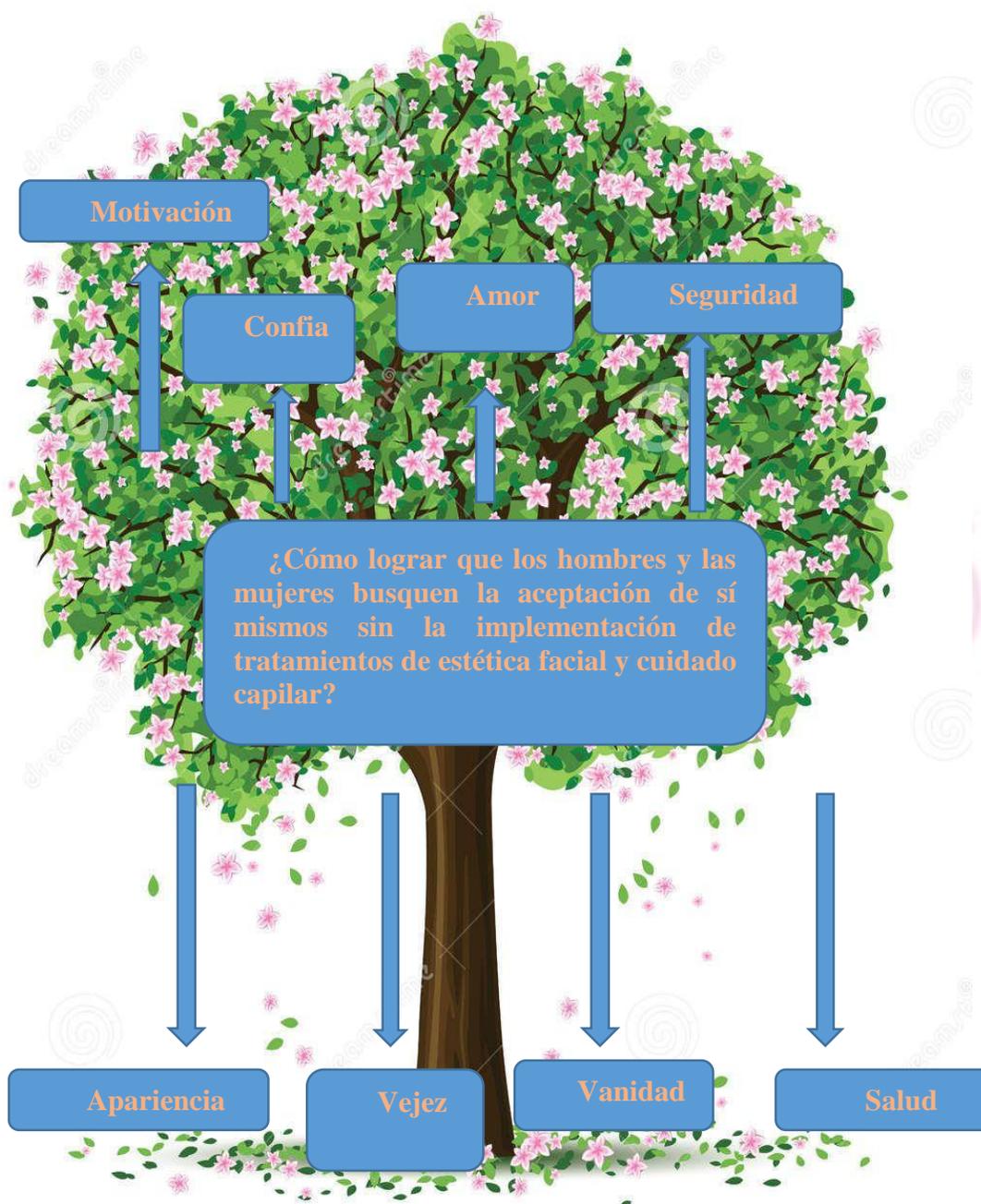
- sí
- no

## 5. IMAGEN 1 ARBOL DE PROBLEMAS



¿Cómo lograr que los hombres y las mujeres busquen la aceptación de sí mismos sin la implementación de tratamientos de estética facial y cuidado capilar?

## 6. ÁRBOL DE OBJETIVOS



## 7. LLUVIAS DE IDEAS

- ✓ Trabajar directamente con el proveedor
- ✓ Expandir los productos fuera del extranjero
- ✓ Enviar productos a nivel Nacional
- ✓ Ser creativo en las páginas de redes sociales para tener mayor visibilidad y generar rentabilidad
- ✓ Brindar asesorías para la aplicación de los productos tanto de maquillaje como para el cuidado del cabello.
- ✓ Generarle seguridad al cliente
- ✓ Ser cordial con los clientes
- ✓ Tener control sobre los productos creando archivos de stock de productos
- ✓ Llegar a ser proveedor y expandir el producto a otras distribuidoras de belleza
- ✓ Llegar a ser una empresa grande y generar empleo
- ✓ Expandir la empresa en diferentes ciudades
- ✓ Manejo de Facturación electrónica

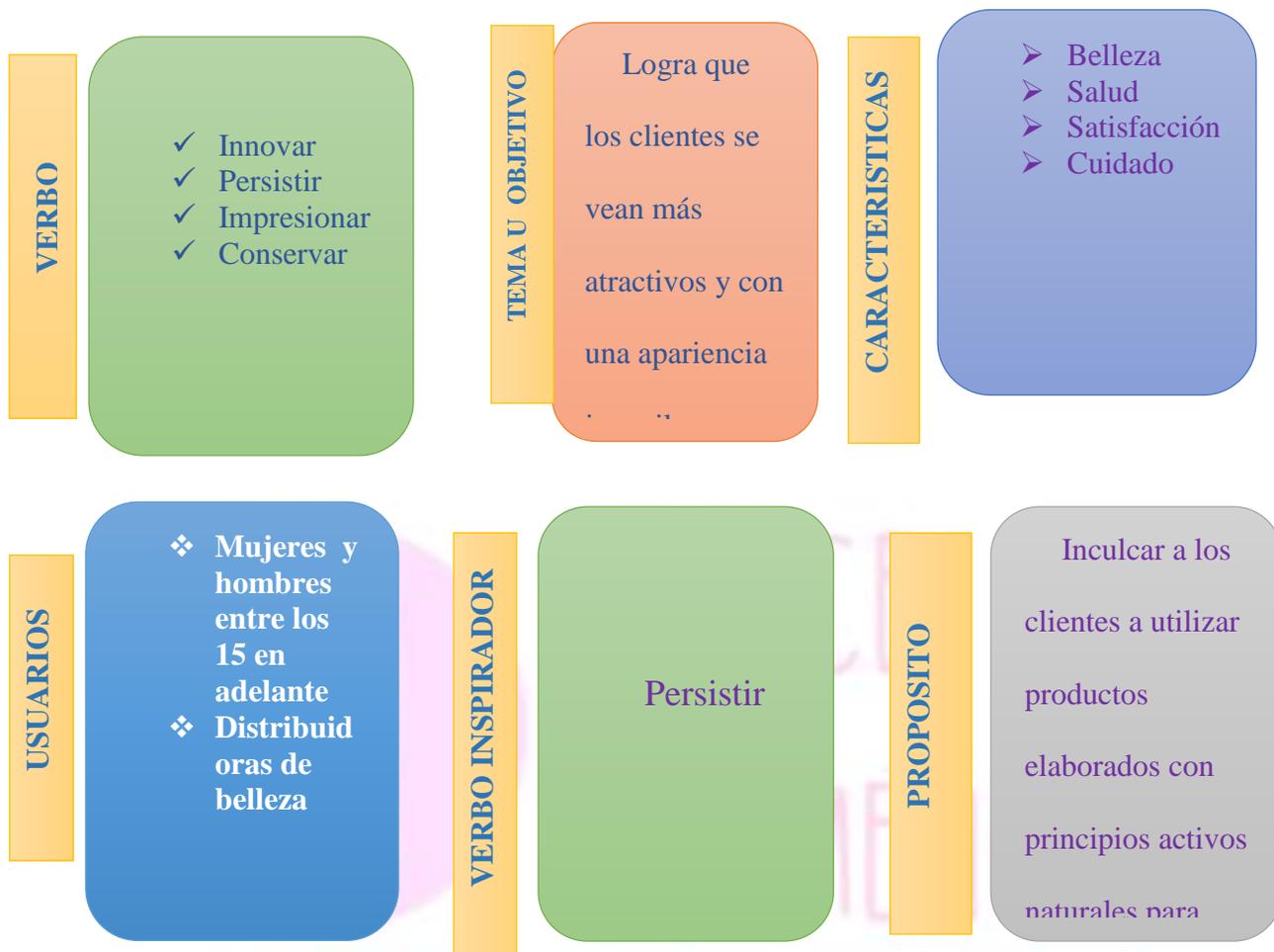
INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
<b>N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN</b>					

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1		x	1	=	
Total de afirmaciones valoradas en 2		x	2	=	
Total de afirmaciones valoradas en 3		x	3	=	
Total de afirmaciones valoradas en 4		x	4	=	
Total de afirmaciones valoradas en 5		x	5	=	

## 8. IDEA DE NEGOCIO

<b>Cuál es el producto o servicio?</b>	<b>Comercialización de productos de belleza relacionados con cuidado facial y capilar</b>
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mujeres entre los 15 años en adelante</li> <li>✓ Hombres mayores de edad</li> <li>✓ Empresas distribuidoras de belleza que desean comprar mercancía al por mayor.</li> </ul>
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	Generar sensaciones positivas que hacen sentir que nos cuidamos y que somos atractivos, es una de las formas de motivar a la población a adquirir los productos de belleza para el cuidado del cuerpo, rostro y cabello.
<b>¿Cómo funciona el producto o servicio?</b>	Como son productos ya existentes lo que hacemos es solicitarlos directamente con los proveedores y las ventas son realizadas por medio de páginas virtuales y sus entregas se realizan por medio de domicilio para que el cliente se sienta satisfecho de nuestro buen servicio.
<b>¿Porque lo preferirían?</b>	<p>Porque los productos son calificados con los mayores estándares de calidad y son hechos a base de ingredientes naturales y somos marca reconocida a nivel nacional por el buen resultado que genera.</p> <p>Además por ser un producto único a nivel Nacional, es muy apetecido por diferentes países que nos ha elegido como una de las mejores marcas por el buen efecto que genera a nivel de cuidado de belleza.</p>

## 9. IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA



PERSIGUE TU SUEÑO

## 10. CUATRO ALTERNATIVAS A MI IDEA DE NEGOCIO

Crear páginas Web para que mis productos sean visibles al cliente.

Estrategias de Marketing digital para enfocarnos en aumentar las ventas.

Generar cumplimiento al momento de realizar las entregas para que los clientes se sientan satisfechos.

Incluir gráficos y animaciones en la página para llamar la atención de los clientes.

Tener locales en muchos lugares del País para lograr generar empleo.

De acuerdo a lo investigado podemos concluir que la mayoría de las empresas por causas de la pandemia han decidido vender sus productos o mercancías por medio de internet esto con el fin de evitar mayores contagios y tener que desplazarse hasta los puntos de venta, este tipo de venta online ha hecho que se eviten gastos adicionales como son pagos de arriendos de locales pero también debemos recalcar que ha generado aumento de empleo en cuanto a las entregas de los productos.

Dentro de las empresas que están manejando esta modalidad tenemos:

- Mary Kay
- Ana María
- Mercado Libre
- Yanbal
- Avon

De acuerdo al estudio realizado se puede concluir que no hay una diferencia en cuanto a mi idea de negocio debido a que la gran mayoría de las empresas están manejando sus ventas por medio de plataformas online por lo que podemos concluir que no hay cierta diferencia.

5) Analiza nuevamente tu idea de negocio; Si aún tu idea no se diferencia lo suficiente de lo que ya existe en el mercado, reformúlala con otras estrategias de Innovación, para hacerla más interesante y diferente o combina diferentes estrategias.

Hacer publicidad constantemente

Tener un trato especial con el cliente

Responder rápido a los clientes

Generar contenido en diferentes redes sociales

Montar videos para que mi cuenta tenga más seguidores en redes sociales.

6) Selecciona y describe la idea más prometedora e innovadora. Dentro de los parámetros de innovación está el hacer transmisiones en vivo, publicar contenidos virtuales, generar empatía y buen trato con los clientes, interactuar con otras marcas, responder a las críticas de los clientes, ofrecer beneficios exclusivos y generar un excelente servicio.

## **Bibliografía**

<https://rpp.pe/lima/actualidad/mujeres-compran-productos-de-belleza-para-sentirse-mas-atractivas-noticia-388697?ref=rpp>

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/34761/Proyecto%20final%20de%20carrera-Antoni%20Llopis%20Moragues.pdf?sequence=1>

<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/2757/122236.pdf?sequence>

## **11. ESTUDIO DE MERCADO**

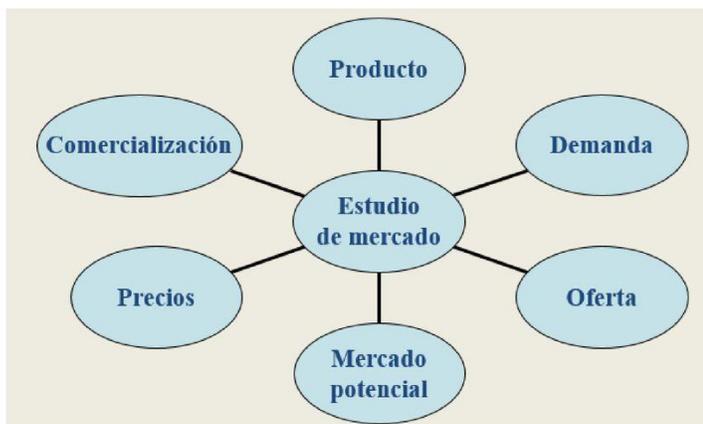
A través de evaluar esta propuesta se revisara el proceso de análisis de estudio de mercado, su segmentación, los productos, servicios que ofreceremos, la oferta, la demanda, precios y competidores del sector, también se realizara estrategias competitivas, empresariales y económica y financieras que se debe tener en cuenta para este proyecto.

Para desarrollar esta propuesta realizaremos una investigación de tipo exploratoria donde conoceremos las causas que llevara a nuestros clientes a escoger propuestas planteadas en este proyecto y poder saber si puede ser sostenible esta idea de negocio.

Procedimiento Para el lograr el objetivo planteado se realizará encuestas y entrevistas que nos permitan conocer las preferencias de los consumidores que utilizaran estos servicios, con el fin de analizarlas y poder determinar cuáles son los productos que se deben desarrollar para brindar mejores beneficios a nuestros futuros clientes.

PERSIGUE TU SUEÑO

### Actividades de un estudio de mercado



## 12 .CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA

### 12.1 EL NOMBRE DE LA EMPRESA SE RECONOCE EN EL MERCADO COMO:

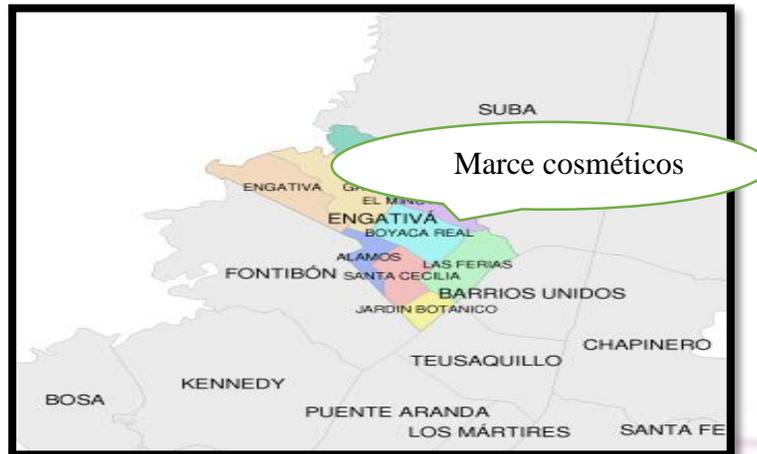
Marce cosméticos “Persigue tu sueño” es una empresa enfocada en el cuidado facial y capilar de nuestros clientes y nos identificamos en el mercado por medio del siguiente logotipo



Nuestra actividad Económica está dentro del grupo de Peluquería y otros tratamientos de belleza identificada con el código 9602 y por ser una empresa que está iniciando en el mercado se considera como una organización “pequeña”

Nuestra empresa Marce Cosméticos estará ubicada en la ciudad de Bogotá en la Localidad de Engativá como se puede observar en la siguiente ilustración.

### 13. LOCALIDAD DE ENGATIVA



Este proyecto está dirigido a población de hombres y mujeres de 15 años en adelante, que se encuentren ubicadas en la ciudad de Bogotá pero también manejamos envíos a nivel nacional para los clientes que estén dispuestos a adquirir nuestros productos

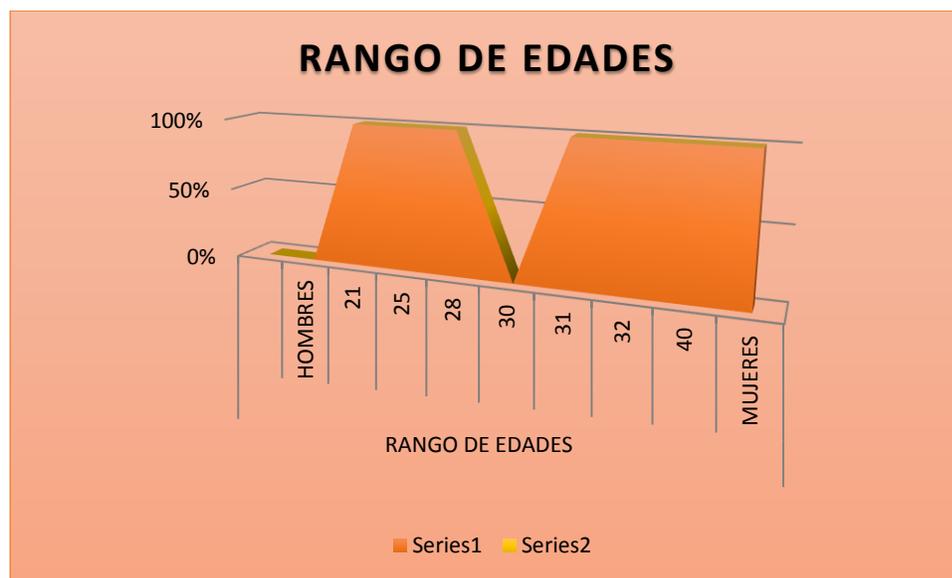
CARACTERISTICAS	BENEFICIOS	PRECIOS
	<p>Facilita y promueve el crecimiento del cabello y evita su caída. Permite mantener el colágeno y la queratina en buen estado y por su efecto antioxidante actúa como tratamiento antiedad.</p>	<p>Valor Precio en el mercado <b>\$29.500</b></p>
	<p>Tratamiento capilar para el fortalecimiento y la reparación total del cabello. Su novedosa fórmula y especial composición brinda excelente humectación al cuero cabelludo y a los folículos pilosos</p>	<p>Valor Precio por promoción en el mercado <b>\$ 28.500</b></p>
	<p>Para las mujeres que aman verse lindas cada día ofrecemos diferentes tintes para tu cabello escogiendo el tono que deseas.</p>	<p>Valor Precio en el mercado <b>\$12.000</b></p>
	<p>Ofrecemos todo tipo de maquillaje, como pestañita, labiales, polvos, rubor, esmaltes, sombras, bases para el rostro,</p>	<p>Variedad de Precios de acuerdo al producto que escojas.</p>

	<p>La cera es un bálsamo derretido que se aplica sobre el vello principalmente largo, para mayor duración en su próxima aparición. Se aplica cuidadosamente con la ayuda de una espátula de madera y pondremos una tira y estiraremos de ella para arrancar el vello.</p>	<p>Valor de acuerdo al tamaño presentación frasco pequeño \$ 8.000</p> <p>Valor tarro grande \$ 12.000</p>
--	---	--

#### 14. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Puedo describir a nuestros clientes como personas que buscan verse y sentirse hermosos y motivados cada día. Para ello la manera de que esto se vea reflejado es por medio de la utilización del maquillaje y de los productos para el cuidado del cabello esto con el fin de notar su belleza, su seguridad, su confianza y su autoestima.

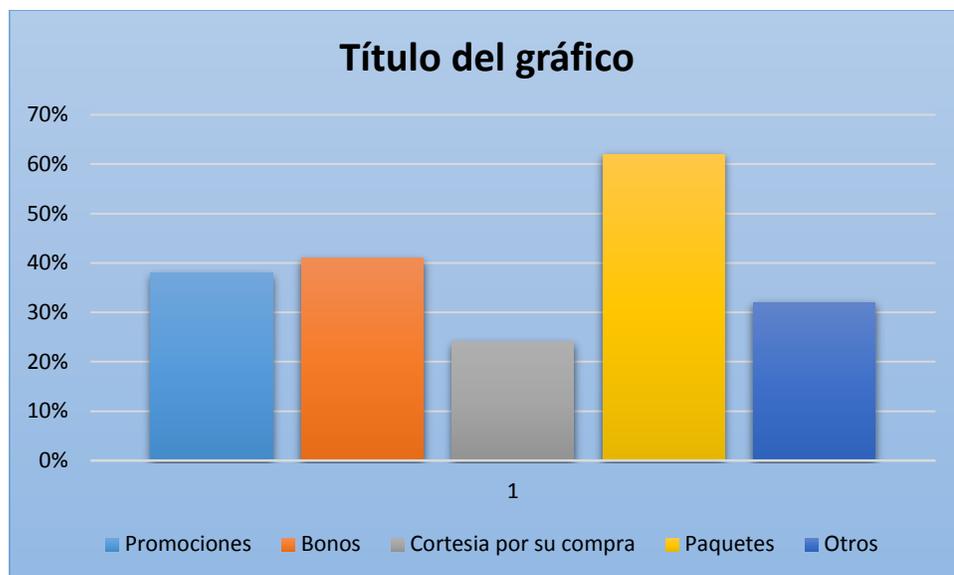
Se aplicó encuesta a clientes de acuerdo a las edades y tenemos que de los 21 años hasta los 40 en adelante las personas utilizan productos de belleza.



Las edades de los encuestados estuvieron entre los 21 y 41 años o más, donde el porcentaje más alto estuvo en el rango de 21 a 40 años con un 63% indicando que el género que hace mayor uso de los productos de belleza son las mujeres.



Así mismo, los beneficios que les gustaría tener en este tipo de negocio son paquetes de ofertas o bonos de fidelidad.



Para nuestras clientes es importante arreglarse y verse más bella principalmente, pero también para sentir más seguridad y esconder las imperfecciones de su piel, o también puede ser para alguna ocasión especial o solo por gusto propio.

Dentro de los gustos de nuestros clientes también está el tener un caballo hermoso, sedoso y brillante por lo que se nota la satisfacción que nuestros productos brindan al momento de darle su debido uso.

El comportamiento de nuestros clientes ha sido siempre de forma positiva debido a que se han sentido satisfechos con nuestros productos sin embargo algunos han manifestado pequeñas diferencias en cuanto al cuidado capilar dado a que su compatibilidad con ciertos tratamientos no genero el resultado que el usuario deseaba.

## 15. CREENCIAS

De acuerdo a lo que hemos experimentado con nuestros clientes podemos notar que al ver la marca que ofrecemos inmediatamente se animan por comprar nuestros productos y a la vez recomendarlos con personas cercanas y esto hace que se vaya generando un mayor registro en cuanto ventas, clientes y rentabilidad

## 16. TAMAÑO DEL MERCADO

### 16.1 MARCO GEOGRÁFICO

Clientes y profesionales de cosmetología que se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá con influencia en las zonas Norte y Sur de la capital.



Ilustración Mapa de Bogotá por zonas

Para conocer el mercado se procederá a calcular el tamaño del mismo, por lo cual se presentará a continuación, de acuerdo a nuestras ventas nos hemos enfocado en las zonas Norte y Sur de Bogotá donde mostraremos cuál de estas dos nos genera mayor rentabilidad y cuáles son los productos que tienen mayor demanda en el mercado.

De acuerdo a lo que se puede evidenciar según análisis de investigación podemos concluir que nuestras ventas potenciales están dentro de la zona Sur de Bogotá y nuestro mayor producto de rotación son los tratamientos y los Shampoo.

Para aumentar las ventas en el mercado manejaremos estrategias de marketing como publicaciones, promociones, descuentos, para incrementar las metas a las que deseamos llegar.



ZONA NORTE					
Productos	Cientes potenciales	Gusto por cliente	Cantidad ventas mensuales	Venta Unidad	Participacion en el mercado %
Maquillaje	500	2,5	20	\$ 15.000,00	10,00
Cera	500	0,5	10	\$ 10.000,00	5,00
Tintes	500	1,5	15	\$ 12.000,00	7,00
Tratamiento para cabello colorizado	500	2,5	5	\$ 15.300,00	4,00
Shampoo	500	2,5	40	\$ 14.500,00	26,00
Tratamientos	500	2,5	40	\$ 15.300,00	28,00
Ampolletas	500	2%	20	\$ 3.800,00	3,00
Crema para peinar	500	1,5	18	\$ 16.000,00	2,00
Tramientos en sobre para el cabello	500	2%	25	\$ 5.800,00	15,00
<b>Total</b>			<b>193</b>	<b>\$ 107.700,00</b>	<b>\$ 100,00</b>
ZONA SUR					
Productos	Cientes potenciales	Gusto por cliente	Cantidad ventas mensuales	Venta Unidad	Participacion en el mercado %
Maquillaje	800	2,5	40	\$ 15.000,00	10,00
Cera	800	0,5	20	\$ 10.000,00	5,00
Tintes	800	1,5	18	\$ 12.000,00	7,00
Tratamiento para cabello colorizado	800	2,5	25	\$ 15.300,00	4,00
Shampoo	800	2,5	80	\$ 14.500,00	30,00
Tratamientos	800	2,5	75	\$ 15.300,00	28,00
Ampolletas	800	2%	25	\$ 3.800,00	3,00
Crema para peinar	800	1,5	25	\$ 16.000,00	2,00
Tramientos en sobre para el cabello	800	2%	45	\$ 5.800,00	11,00
<b>Total</b>			<b>353</b>	<b>\$ 107.700,00</b>	<b>\$ 100,00</b>

De acuerdo a nuestra investigación podemos concluir que habrá espacio para montar mi empresa basada en cosmetología dado a que en el área comercial el cuidado de la piel y el cabello genera gran oportunidad de crecimiento y desarrollo.

Por ello, hoy muchas personas buscan la sensación de satisfacción inmediata y un sentido de auto-recompensa que sea fácil de conseguir. Estas necesidades le han ayudado a posicionarse a productos como cremas, mascarillas, maquillaje tratamientos para el cuidado capilar o incluso a servicios de estéticas entre otros.

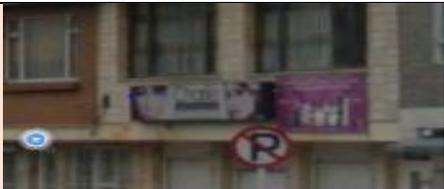
## 17. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Con el fin de ser líderes en la zona ya que como se ha observado existe una fuerte competencia, se establecerá descuentos durante los 2 primeros meses para lograr posicionamiento. Por otra parte, se entregarán obsequios a los clientes que durante el primer mes adquieran Compras recurrentes, adicional por ser una empresa que hace entregas a domicilio por sus primeras compras no tendrá ningún costo.

## 18. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

De acuerdo con la información que encontramos en la localidad de Engativá se puede evidenciar una gran cantidad de Distribuidoras de belleza quienes serían competencia, adicional encontramos que son muchas también las que cuentan con páginas en internet para realizar ventas por medio de plataformas virtuales. Realizando la investigación se plasmará las distribuidoras que se encuentran más cercanas a la zona de influencia.

RAZON SOCIAL	DIRECCION	IMÁGENES
Distribuidora  Samsara Empresa basada en vender variedad de productos como maquillaje, tintes, mascarillas entre otros	Av cra 70 # 63 a 38  Hora de atención de lunes a sábado de 6 a 8 pm y Domingos de 10 a 4 pm	
La casa de belleza  Es una distribuidora con gran variedad de productos de belleza y se reconoce por manejar buenos precios	Cra 69 n # 28 13  Hora de atención de lunes a viernes de 9 a 7 pm y de Sábado a domingo de 10 a 6 pm	

Charlie la tienda del Peluquero  Es una distribuidora pequeña	Cra 63 c # 38 29  Hora de atención de lunes a viernes de 9 a 7 pm y de Sábado a domingo de 10 a 5 pm	
Distribuidora de Belleza Unibell	Cra 63 c # 42 26  Hora de atención de lunes a viernes de 9 a 7 pm y de Sábado a domingo de 10 a 5 pm	
Cosméticos Lehit  Venta virtual enfocada en productos para el cuidado capilar	Tienda virtual	
Ana María Cuida tu esencia natural  Empresa enfocada al cuidado de la piel, productos hechos a base de ingredientes naturales.	Tienda virtual y local	

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
La Casa de la belleza	Shampoo de Cebolla	\$15.000	No realiza ventas virtuales	Cra 69 n # 28 13
Ana María	Polvos compactos	\$15.000	Venta virtual y presencial	Centro Comercial Gran Estación.

## 19. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DE LOS PROVEEDORES

Dentro de los proveedores que manejamos tenemos a LEHIT una marca muy reconocida en el mercado por sus buenos productos y los beneficios que ofrecen en cuanto al cuidado del cabello, esta marca se vende muy bien primero por precio y segundo porque son hechos a base de ingredientes naturales, dentro de la competencia tenemos muchas distribuidoras que vende este producto entre ellas esta LOS MONOS ubicada en el San Andresito del centro de la ciudad de Bogotá se reconoce por ser una distribuidora que tiene muchos clientes y por manejar buenos precios en el mercado, la forma de entrega se hace por medio de domicilio y por compra directa en su ubicación, en cuanto a la entrega de los productos LEHIT hay ventajas porque por ser proveedor directo sus entregas son gratis y dan obsequios por su compra.

## 20. SEGMENTA EL MERCADO

	<p>Ella es Anix una cliente fiel que adquiere nuestros productos, su mayor miedo era no encontrar algo que le sirviera a su cabello, se sentía frustrada porque cada tratamiento que se aplicaba no le funcionaba y la caída de su cabello era en gran cantidad, se sentía ansiosa por querer encontrar algo que le funcionara.</p>	<p>Desea tener un cabello hermoso que la haga sentir bonita y admirada por las demás personas, su necesidad es poder continuar adquiriendo nuestros productos y anhela que su cabello se vea a un más bonito, sueña con tener un cabello largo, abundante, sedoso, brillante e hidratado.</p>
---	---	---

<p>Como empresa queremos llegar a muchas regiones del país, para ofrecer mayores beneficios a nuestros clientes, abrir locales en varias ciudades del país esto con el fin de generar empleo e implementar cosas nuevas para captar la atención de los clientes.</p> <p>Nuestros productos se ofrecerán para hombres y mujeres en edad de 15 años en adelante.</p>	<p>Implementamos estrategias de ventas, ofreciendo Promociones, descuentos y bonos de cortesía para poder ajustarnos al bolsillo del cliente y así captar la atención para que más clientes lleguen a nosotros.</p>	<p>Para lograr alcanzar las metas estamos promocionando nuestra página por medio de redes sociales. Tenemos página virtual en intrigan como #marce. Cosméticos allí encuentran cada producto que ofrecemos, adicional publicamos fotos, videos que hacen que tengamos mayor acogida y las personas nos sigan.</p> <p>Muchas veces lo que nos limita para lograr el éxito es la falta de dinero, pero los limites solo están en la mente.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tus productos son buenos, te seguiré comprando</li> <li>➤ Tendrás mi compra mensual contigo</li> <li>➤ Gracias por consentirnos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Me gusta que manejas buenos precios</li> <li>➤ Siguen soñando y creciendo</li> <li>➤ Será una empresaria exitosa</li> </ul>
<p>Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Si, tener en cuenta la participación de los clientes al momento de realizar la compra.</p>	<p>Crear formas de llamar la Atención de los clientes creando videos de cómo hacer uso de nuestros productos tanto para el cuidado facial como para el cuidado capilar.</p>

En donde encuentra personas similares a su cliente ideal?

Las encuentro en la universidad, en mi familia, con mis amigos cercanos, con gente donde asisto a reuniones.

Que valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

- ✓ Están seguros de lo que están comprando
- ✓ Son clientes fijos
- ✓ Saben que los precios que ofrecen se ajustan a su economía
- ✓ Se sienten felices porque los orientamos para darle el mejor uso a su producto.
- ✓ Son clientes satisfechos por la buena atención que les ofrecemos.

Que 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.

- ✓ Durante la semana los clientes se encuentran rodeados de compañeros de trabajo, con sus familias, compañeros de clases.

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.

De acuerdo a la anotación que realizamos en recuadro anterior, podemos identificar a un cliente satisfecho por los resultados que nuestros productos generaron en su cabello, después de tanto ensayar con otras marcas, pudo encontrar lo que realmente buscaba, hoy es una cliente feliz y dichosa de tener un hermoso cabello como lo podemos ver en nuestra imagen anterior, estos resultados nos llenan de felicidad porque sabemos con mayor seguridad que lo que vendemos son productos de muy buena calidad y con esto podemos llegar a más personas sin importa el género y la edad.

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

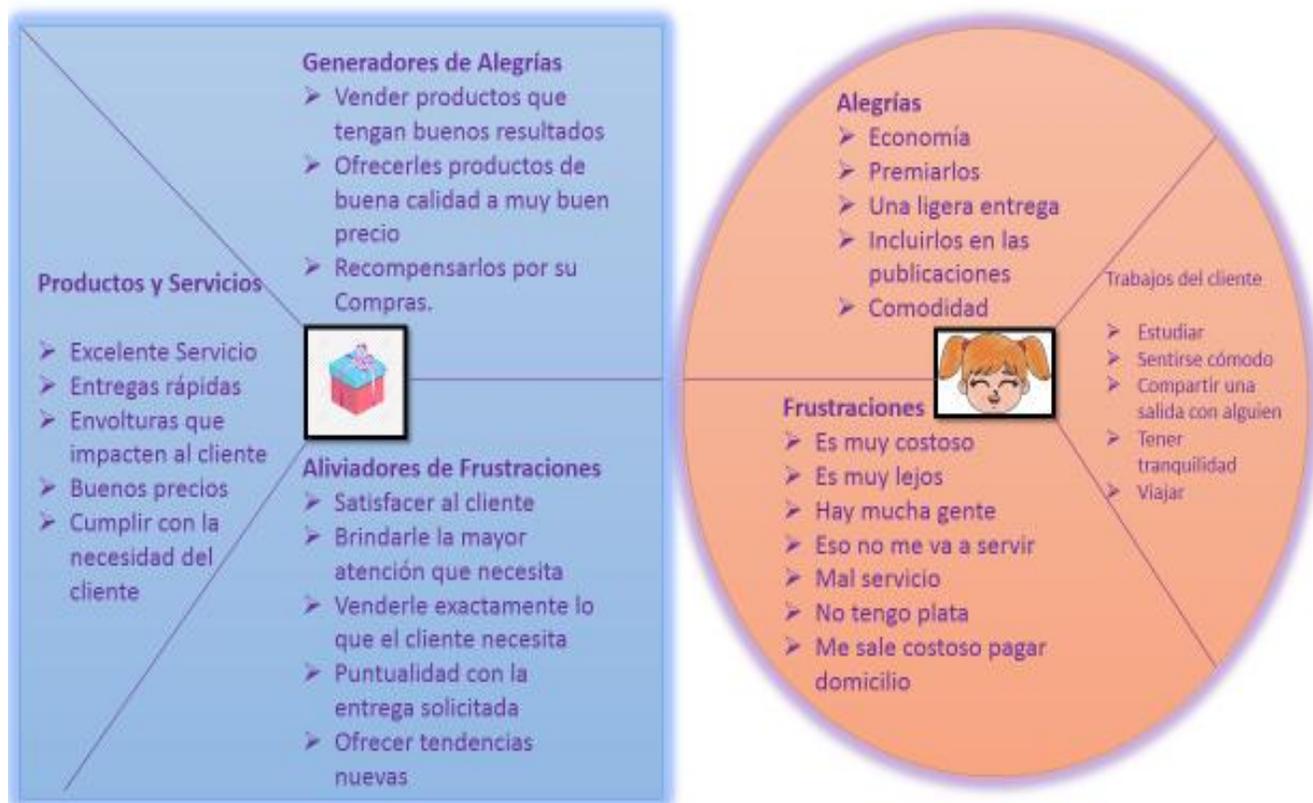
- ✚ Distribuidora Samsara
- ✚ La casa de la belleza
- ✚ Charlie la tienda del peluquero
- ✚ Distribuidora de belleza el Bosque
- ✚ Boutique de belleza Vero

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

- ❖ Salones de belleza
- ❖ Distribuidoras de belleza
- ❖ Mujeres empresarias
- ❖ Hombres que sufren por la caída del cabello
- ❖ Estilistas
- ❖ Mujeres que desean cuidar su cara y su cabello.

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

- ❖ Son muchos los negocios a lo que queremos llegar a suplir o surtir con nuestros productos porque sabemos que hay una gran competencia en cuanto al cuidado de belleza, por esta razón sabemos que esto sería un éxito en el mercado y lo que queremos es llegar a ser proveedores para venderles a muchas empresas.



## 21. PROPUESTA DE VALOR

### 21.1 FRASE A MI IDEA DE NEGOCIO

¡Un cliente satisfecho es la mejor fuente de aprendizaje para llegar al éxito!



## 22. DISEÑA TU PRODUCTO

### 22.1 DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

Qué es un producto cosmético?

La Decisión 516 de 2002 define producto cosmético en su artículo 1°:

“Se entenderá por producto cosmético toda sustancia o formulación de aplicación local a ser usada en las diversas partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos o en los dientes y las mucosas bucales, con el fin de limpiarlos, perfumarlos, modificar su aspecto y protegerlos o mantenerlos en buen estado y prevenir o corregir los olores corporales.”

Qué se considera producto cosmético?

La Decisión 516 de 2002 estableció en su anexo No.1 el listado de productos cosméticos:

- Cosméticos para niños.
- Cosméticos para el área de los ojos.
- Cosméticos para la piel.
- Cosméticos para los labios.
- Cosméticos para el aseo e higiene corporal.
- Desodorantes y antitranspirantes.
- Cosméticos capilares.
- Cosméticos para las uñas.
- Cosméticos de perfumería.
- Productos para higiene bucal y dental.
- Productos para y después del afeitado.

- Productos para el bronceado, protección solar y autobronceadores.
- Depilatorios.
- Productos para el blanqueo de la piel.

### **22.2 LEY 1014 DE 2006**

**Emprendimiento:** Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

### **22.3 LEY 344 DE 1996**

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

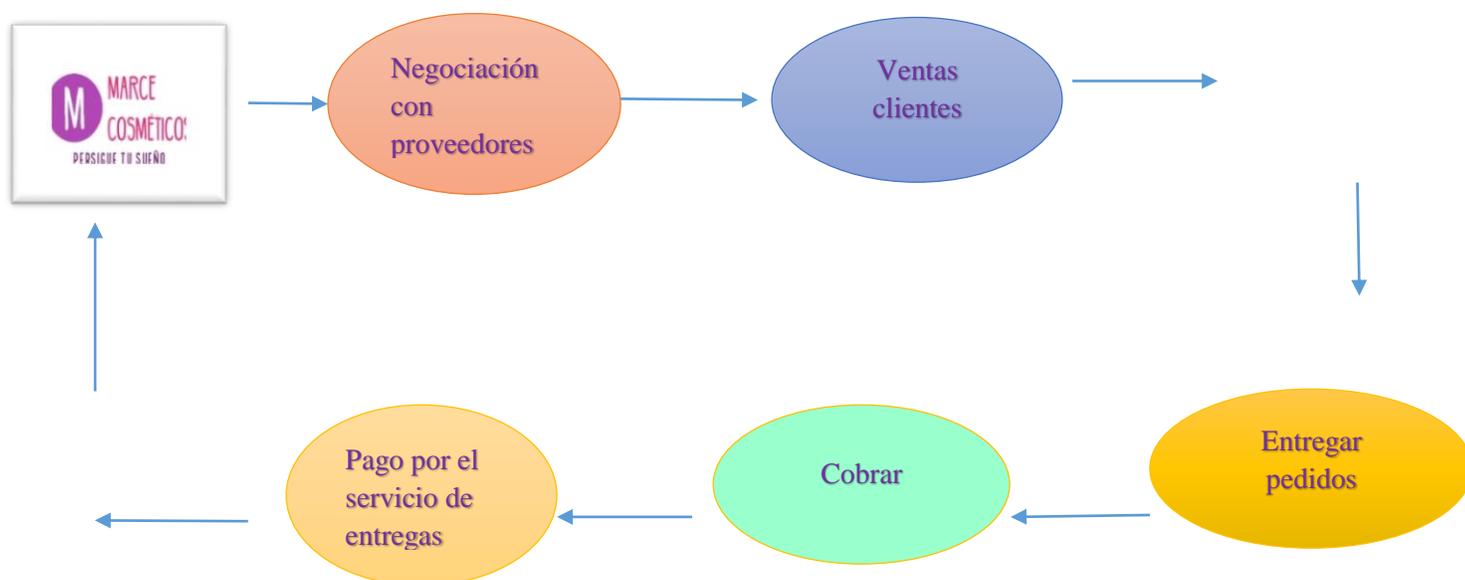
### **22.4 LEY 905 DE 2004**

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

## **23. DISEÑO DE CONCEPTO**

Por ser una empresa comercializadora de belleza nuestra función es comercializar el producto, no producimos y tampoco realizamos la mercancía, nuestra función como organización es encargarnos de generar ventas una vez comprado al sector manufactura, estas ventas se realizan por medio de redes sociales, por medio presencial, realizando publicidad y dando asesorías a nuestros clientes.

## **24. DISEÑO EN DETALLE**



## 25. COSTO DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA

De acuerdo a la imagen mostraremos uno de los productos que ofrecemos en el mercado, tenemos el valor del precio según compra, el precio valor venta y la ganancia que adquirimos al momento de generar las ventas.

CÓDIGO	PRODUCTO	PRECIO DE COMPRA	PRECIO DE VENTA	GANANCIA
ACE1201	Aceite de Argan 12 gm	\$ 900,00	\$ 1.900,00	\$ 1.000,00
ACE601	Tto Aceite de Coco 60 mg	\$ 13.000,00	\$ 16.500,00	\$ 3.500,00
SH3006	Shampoo Complejo 300 gm	\$ 10.500,00	\$ 14.500,00	\$ 4.000,00
TTO3001	Tto de Queratina 300 mg	\$ 12.500,00	\$ 15.300,00	\$ 2.800,00
TTO904	Tto de Cebolla 90 gm	\$ 4.200,00	\$ 5.800,00	\$ 1.600,00
TTO906	Tto de Celulas Madres de Argan 90 mg	\$ 4.200,00	\$ 5.800,00	\$ 1.600,00
SBTTO301	Tto Repolarizador color tono sobre tono Beige 30 gm	\$ 1.600,00	\$ 2.800,00	\$ 1.200,00
AMP137	Ampolletas Omega Plus 13 ml	\$ 2.300,00	\$ 3.800,00	\$ 1.500,00
TIN01	Tintura Castaño Claro 550	\$ 10.228,00	\$ 13.400,00	\$ 3.172,00

## 26. VALIDACION Y VERIFICACION ANTES DE SACAR AL MERCADO

- ✓ Validar fecha de vencimiento antes de venderlos
- ✓ Validar si la presentación está en buen estado
- ✓ Validar envolturas para evitar que se encuentren rotas
- ✓ Validar que los productos que están en cajas coincida con lo que está dentro de ellas
- ✓ Que este regidos por el Instituto Nacional de Vigilancia INVIMA

## 27. BROCHURE

<p><b>Marce Cosméticos</b></p>  <p><b>CATALOGO DE PRODUCTOS</b></p> <p>Empresa comercializadora de cosméticos, basada en el cuidado facial y capilar de nuestros clientes.</p> <p>Dentro de los productos que ofrecemos tenemos los siguientes:</p>  <p><b>GOTAS DE ACEITE DE ARGÁN</b> Oro líquido - Elixir de Marruecos RESTAURA - HIDRATAN - ALIVIAN PUNTAS ABIERTAS</p> <p>Tratamiento Bioenergética, con principios activos naturales. Especial para cabellos que hayan sido sometidos a procesos de alisado o presenten maltrato extremo.</p>	<p><b>CATALOGO DE PRODUCTOS</b></p>  <p><b>SHAMPOO Y TRATAMIENTO CAPILAR</b> con extracto de cerveza y vitamina E Brinda excelente humectación al cuero cabelludo, ayudando a recuperar el cabello seco, maltratado y brillo natural.</p>  <p><b>SHAMPOO Y TRATAMIENTO GUSANO DE SEDA</b></p> <p>Las propiedades proteínicas del capullo del gusano de seda, se combinan en exclusiva y especial formulación para incrementar la capacidad del cabello para hidratarse. Regenera el cabello devolviéndole el brillo y sedosidad, la fórmula Pro activa y las cualidades que brinda el gusano de seda permiten controlar el frizz, dándole suavidad al cabello y dejándolo con una apariencia saludable</p>	<p><b>CATALOGO DE PRODUCTOS</b></p>  <p>La primera y más básica clasificación la podemos hacer es entre polvos sueltos o polvos compactos, a rasgos generales los sueltos tienen un mayor poder notificante, y también permiten un poco más jugar con la cantidad de producto que deseamos aplicar para conseguir el acabado que buscamos</p> <p><b>PESTAÑINAS</b></p>  <p>Tus ojos cuentan tu estado de ánimo ante el mundo, por eso traemos cosméticos que te permiten elevar tu look y definir mejor tus rasgos. Obtén pestañas más largas, voluminosas y dramáticas con la Pestañina Mini Roller. Las aplica las capas que desees de la raíz a las puntas y deslumbra al mundo</p>
--	---	---

## 28. FICHA TECNICA

Acá hacemos referencia a las diferentes presentaciones de los productos que manejamos, detallamos las características donde incluimos la composición, la presentación, la concentración entre otros.

<b>PRODUCTO</b>	<b>CODIGO SH001</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CODIGO POLVO003</b>
Shampoo de Cerveza	Liquido	Polvos compactos	Seda de arroz
Presentacion	Producto Cremoso	Presentacion	textura suave
Concentracion	300 mg/ml	Concentracion	12 mg
Presentacion Comercial	Pote/ sobre	Presentacion Comercial	Estuche circular
<b>PRODUCTO</b>	<b>CODIGO TTO002</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CODIGO PEST004</b>
Tratamiento de Cerveza	Liquido	Pestañina	Liquido
Presentacion	Producto Cremoso	Presentacion	Textura cremosa
Concentracion	300 mg/ml	Concentracion	12mg/ml
Presentacion Comercial	Pote/ sobre	Presentacion Comercial	Tubo

## 29. CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

Pongo como referencia nuestro producto inicial de Embrión de Pato que es uno de los que más rotan en el mercado y hago referencia su ciclo de vida, desde que se compra para comercializar hasta el día que se vende y se le da uso al mismo.



## **BIBLIOGRAFIA**

<https://stylelovely.com/belleza/noticias/10-soluciones-10-problemas-rostro/>

[https://www.objetivobienestar.com/consejos-de-belleza/problemas-pelo-tratamiento-solucion\\_13262\\_102.html](https://www.objetivobienestar.com/consejos-de-belleza/problemas-pelo-tratamiento-solucion_13262_102.html)

[https://www.aragon.es/documents/20127/674325/cosmeticos\\_profe.pdf/075eefc6-7857-3a8d-f64c-7070aa2b3b75](https://www.aragon.es/documents/20127/674325/cosmeticos_profe.pdf/075eefc6-7857-3a8d-f64c-7070aa2b3b75)

### **30. PROTOTIPO**

En el siguiente link mostrare la presentación de todo el procedimiento que se realiza con mi idea de negocio.

 <https://youtu.be/njVeF7dWv5M>

### **31. MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA MARCE COSMÉTICOS PERSIGUE TU SUEÑO**

### **32. ACTIVIDAD DE VALIDACION DE NEGOCIOS**

#### **32.1 HIPÓTESIS**

- ✓ Los clientes se sienten satisfechos con base a nuestros productos por su calidad, precio y beneficio
- ✓ Por ser productos hechos a base de ingredientes naturales son más factibles de vender en el mercado
- ✓ Nuestros productos ayudan con el cuidado de la salud de nuestros clientes.

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja injusta	Segmento de clientes
<p>Dentro de los problemas frecuentes en la piel tenemos, aparición de manchas causadas por el sol, marcas de acné, arrugas y poros abiertos</p>	<p>Los productos para el cuidado capilar proporcionan cambios en la textura y densidad del cabello y ayudan a la reparación total del mismo.</p>	<p>“Ser la prioridad para mis clientes es mi mayor satisfacción”</p>	<p>Mi empresa me hace diferente por brindar un servicio ágil, una excelente atención y un ofrecimiento de productos de mayor calidad a precios ajustados al bolsillo de nuestros clientes.</p>	<p>En Marce Cosméticos lo más importante son nuestros clientes, por lo que nos enfocamos en sus necesidades, en sus deseos y en sus anhelos y por ello cumplimos sus sueños ofreciéndoles productos de mayor calidad y a muy bien precio, esto con el fin de ver un cliente satisfecho por obtener los productos y obtener grandes beneficios en cuanto el cuidado de su belleza.</p>
<p>En cuanto a problemas capilares tenemos: Caspa, pelo graso, caída, resequedad, cabello quebradizo.</p>	<p>Los productos que manejamos para el cuidado de la piel son menos propensos a causar reacciones alérgicas, disimula imperfecciones cutáneas, generan cambios fisiológicos en el cuerpo.</p>	<p>Al momento de solucionar los problemas de nuestros clientes, lo primero que hago es indagar y preguntar sobre su necesidad y de acuerdo a ello ofrecerle lo que el cliente necesita para su mayor contentamiento.</p>		
<p><b>Solución</b> Brindar a nuestros clientes un cambio satisfactorio esto con el fin de aumentar su autoestima, su amor propio y sus emociones positivas.</p>	<p><b>Métricas Clave</b> Dentro de la métrica vamos a tener clientes mayores de 15 años en adelante, y para aumentar las ventas vamos a recurrir a generar videos, tutoriales, monto de fotos, eso con el fin de atraer más clientes para aumentar nuestra rentabilidad y buscar más seguidores en redes sociales para ampliar nuestro campo.</p>	<p>Implementamos estrategias de ventas, ofreciendo Promociones, descuentos y bonos de cortesía para poder ajustarnos al bolsillo del cliente y así captar la atención para que más clientes lleguen a nosotros.</p>	<p><b>Canales</b> Manejamos empresas como Interrapidísimo, donde nos acercamos y ponemos los envíos, también manejamos mensajero en moto y si es necesario entregamos pedidos personalmente.</p>	

Esta investigación tiene como propósito incentivar a las personas al uso del maquillaje y tratamientos capilares con el fin de realzar la belleza y la apariencia del cuerpo humano y

<p><b>Estructura de costos</b>  <b>Los costos son mínimos debido a que no se pagara local debido a que es una comercializadora que se maneja por medio virtual, por ser una empresa que está iniciando contaremos con muy poco personal por lo pronto contaremos con este tipo de ahorros, dispondremos de costos variables para la compra de mercancía y tener en stock del nuestro inventario al momento de generar ventas y cumplirle a nuestros clientes.</b></p>	<p><b>Fuentes de ingresos</b>  <b>Por ser una página virtual estamos abiertos a realizar ventas a nivel nacional, si la venta es efectiva tenemos convenio con empresas de envíos para cumplirle a los nuestros clientes, en cuanto a precios manejamos son variables de acuerdo al producto y al incremento que se realiza constantemente y los pagos se reciben una vez se haga efectiva la venta debido que es necesario para implementar la compra de nuevos productos para la venta.</b></p>
---	---

contribuir con la ampliación de los productos con el fin de lograr una mayor comercialización y distribución en el mercado.

### 33. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mantener nuestro productos siempre al nivel que el cliente lo necesite
- Ser una empresa reconocida e importante en todo el país reconocida en todas las áreas que le compitan
- Ser una empresa grande que pueda generar empleo en el país.

### 34. TIPOS DE INVESTIGACION A UTILIZAR

Para este proyecto vamos a utilizar una investigación de tipo mixta (cualitativa y cuantitativa), para la investigación cualitativa tendremos en cuenta la opinión y percepción que proyectamos a través de las personas y para la investigación cuantitativa evaluaremos los puntos específicos como competencia, economía, calidad y conciencia al momento de hacer uso de los productos de belleza.

### 35. DEFINICIÓN DEL MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recopilación de los datos se obtendrá por medio de encuestas online en donde formularemos el Cuestionario y se compartirá por medio de correo electrónico.

<https://www.onlineencuesta.com/s/fd3d80f> (Modelo de encuesta online)

#### 35.1 ENCUESTA

**Cuáles de los siguientes productos usa para el cuidado de la piel al menos una vez a la semana?**

- a) Crema Hidratante       b) Protector solar       c) Desodorante
- 

**Cuál de las siguientes fuentes utiliza para recibir información sobre los productos de maquillaje?**

- a) Revistas
- b) Televisión
- c) Páginas de Internet
- d) Redes sociales
- e) Dermatosis
- f) Vendedores

**Al momento de elegir productos de maquillaje que factores son más importantes para usted?**

- a) Recomendaciones por vendedores
- b) Precio
- c) Calidad
- d) La marca
- e) Los ingredientes del producto

**Cuál de los siguientes ingredientes harían probable que usted comprara productos para el cuidado capilar?**

- a) Productos sin sal
- b) Productos basados en Aceite
- c) Ingredientes sin amoníaco
- d) Productos sin petróleo
- e) Ingredientes naturales

**Estás dispuesta a utilizar distintos productos para el cuidado del cabello)**

- sí
- no

**Invierte usted grandes cantidades de dinero al momento de comprar productos de belleza?**

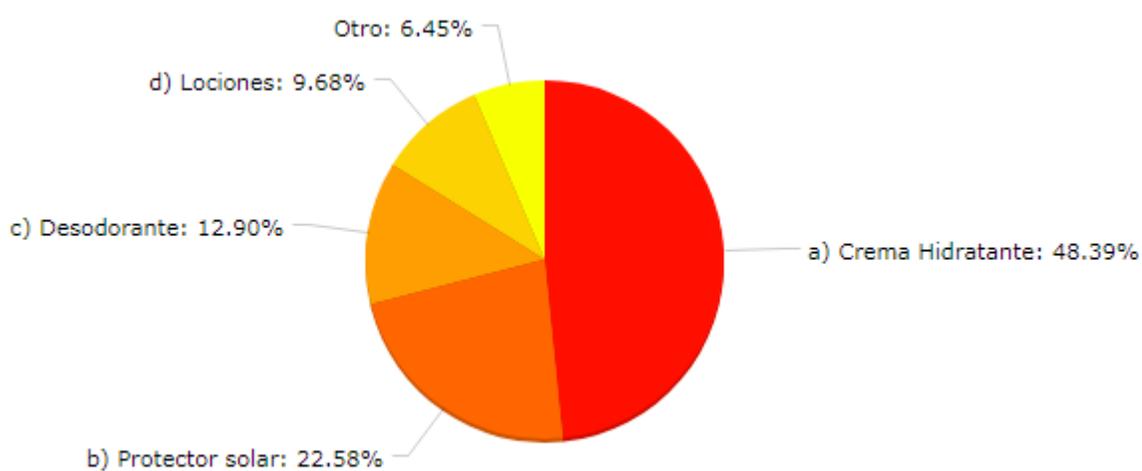
- sí
- no

### 36. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se define realizar el muestreo por medio de encuestas donde el link será enviado por redes sociales, correo electrónico y WhatsApp, con el fin de llegar a la población requerida y buscando obtener resultados satisfactorios.

### 37. ANALISIS E INTRERPRETACION DE LOS DATOS

- 1 **Cuáles de los siguientes productos usa para el cuidado de la piel al menos una vez a la semana?**



**Número de participantes: 31**

15 (48.4%): a) Crema Hidratante

7 (22.6%): b) Protector solar

4 (12.9%): c) Desodorante

3 (9.7%): d) Lociones

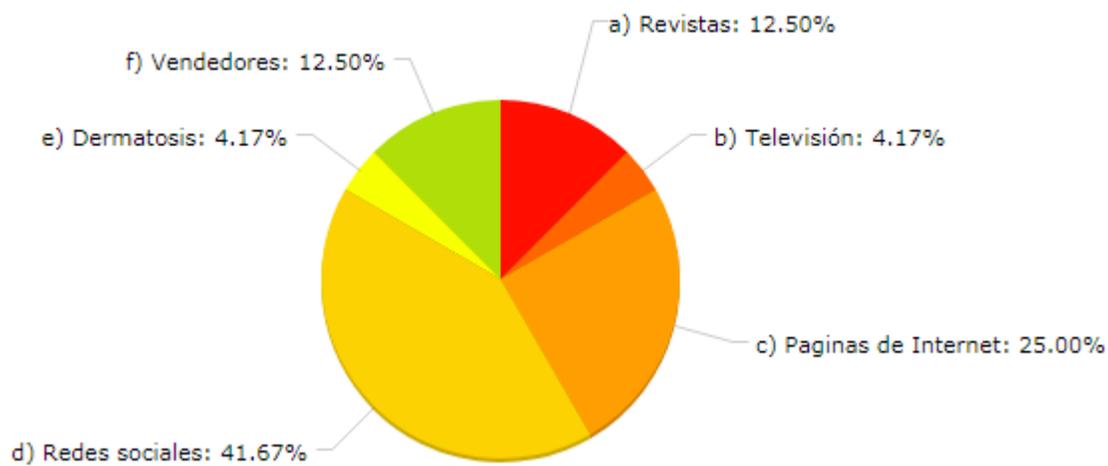
2 (6.5%): Otro

Respuesta(s) desde el campo agregado:

- Los utilizo todos, hidratante, protector solar y desodorante.
- Todos

15 personas indican que el producto de mayor uso para el cuidado de la piel es la crema hidratante, 7 personas indicaron que usan el protector solar, 4 entrevistados indicaron sobre el uso del desodorante, 3 indicaron el uso de lociones y 2 indicaron que usan todos los productos. Podemos determinar que la mayoría de las personas le dan prioridad al cuidado de la piel por lo que podemos concluir que nuestro proyecto sería de gran éxito en el mercado.

1) **Cuál de las siguientes fuentes utiliza para recibir información sobre los productos de maquillaje?**



**Número de participantes: 31**

4 (12.9%): a) Revistas

- (0.0%): b) Televisión

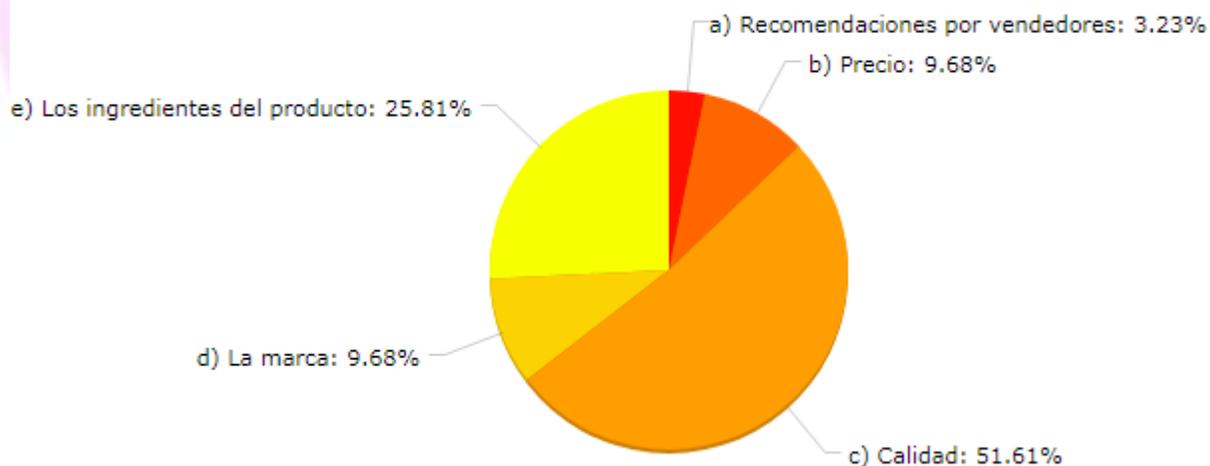
7 (22.6%): c) Páginas de Internet

14 (45.2%): d) Redes sociales

1 (3.2%): e) Dermatitis

5 (16.1%): f) Vendedores

De acuerdo a nuestro resultado podemos concluir que el mayor uso de fuentes de información para conocer productos de maquillaje es por medio de redes sociales, por lo que sería de gran impacto para nosotros como empresa debido a que estamos enfocados a vender por medio de internet.

**3. Al momento de elegir productos de maquillaje que factores son más importantes para usted?**

**Número de participantes: 31**

1 (3.2%): a) Recomendaciones por vendedores

3 (9.7%): b) Precio

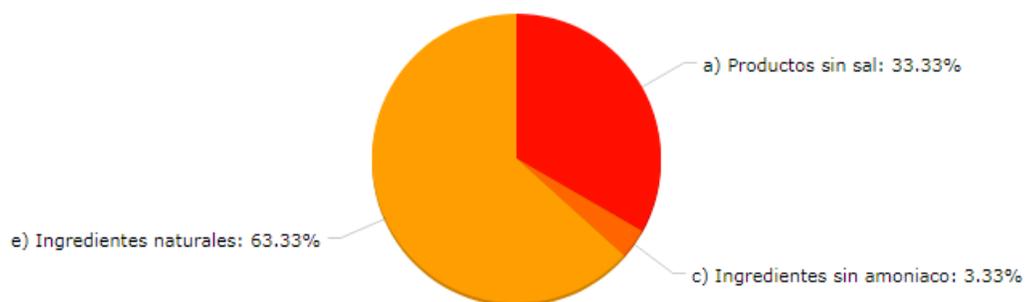
16 (51.6%): c) Calidad

3 (9.7%): d) La marca

8 (25.8%): e) Los ingredientes del producto

16 de las personas encuestadas eligieron comprar productos de calidad, 1 recomendaciones por vendedores, 3 por precio, 3 por marca y 8 por los ingredientes del producto, de acuerdo a las respuestas por los entrevistados la calidad de un buen producto es prioridad y como empresa ofrecemos calidad por lo que podemos ver con seguridad que nuestro emprendimiento se acerca a lo deseado.

**4) Cual de los siguientes ingredientes harían probable que usted comprara productos para el cuidado capilar?**



**Número de participantes: 30**

10 (33.3%): a) Productos sin sal

- (0.0%): b) Productos basados en Aceite

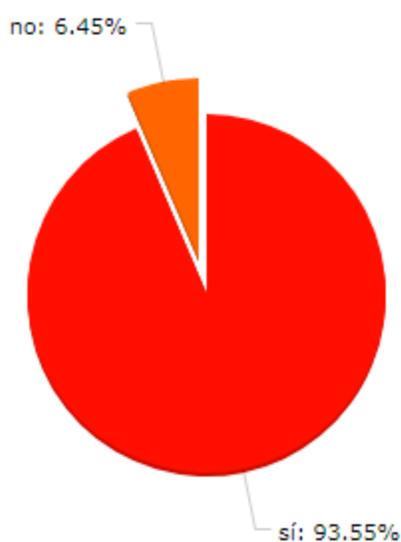
1 (3.3%): c) Ingredientes sin amoniacó

- (0.0%): d) Productos sin petróleo

19 (63.3%): e) Ingredientes naturales

Estamos comprometidos 100% con el cuidado del medio ambiente ya que los productos que ofrecemos son hechos de ingredientes naturales, no utilizamos químicos con el fin de cuidar la salud de nuestros clientes.

**5) Estas dispuesta a utilizar distintos productos para el cuidado del cabello?**



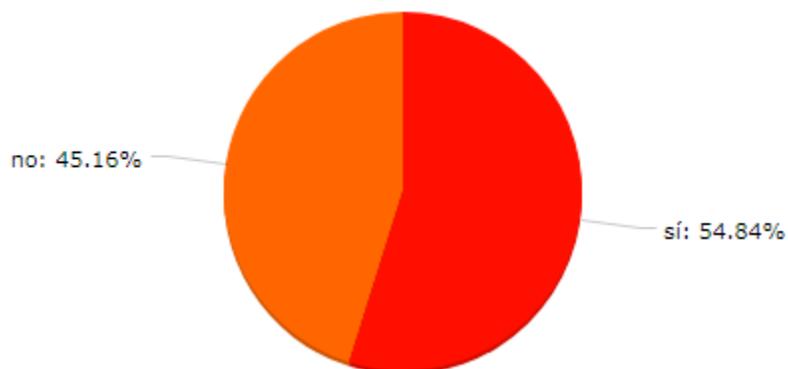
**Número de participantes: 31**

29 (93.5%): sí

2 (6.5%): no

El 29 % de los encuestados manifiestan que están dispuestos a utilizar distintos productos para el cuidado del cabello, por lo que se puede concluir que es bueno tener variedad de productos porque generaría mayor rentabilidad para nuestra empresa.

**6) Invierte usted grandes cantidades de dinero al momento de comprar productos de belleza?**



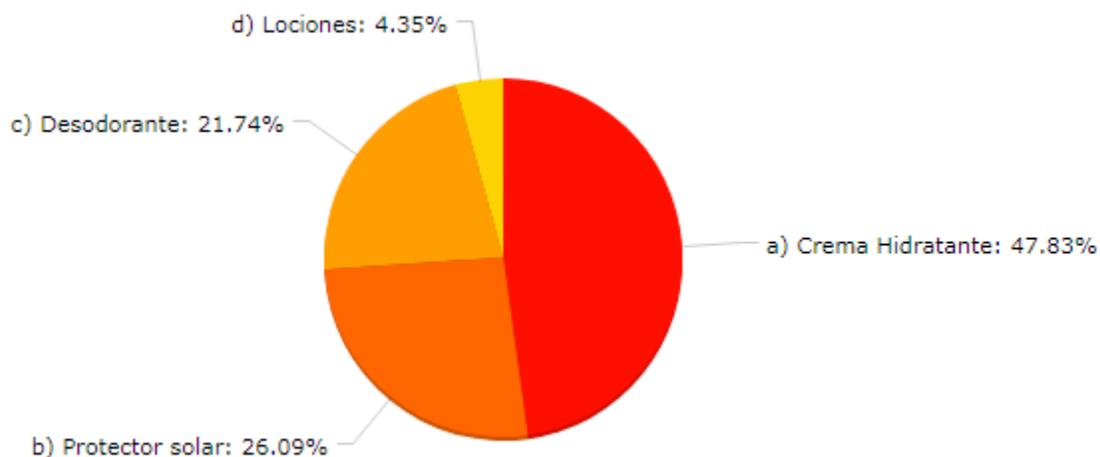
**Número de participantes: 31**

17 (54.8%): sí

14 (45.2%): no

El 54% de la población encuestada respondió que están dispuestos a invertir en el cuidado de belleza, por lo que es un buen indicador para ofrecer productos de mayor calidad y buen precio siendo esto factible para que la empresa pueda cumplir con lo dispuesto.

**7) Cuales de los siguientes productos usa para el cuidado de la piel al menos una vez a la semana?**



### **38. ANALISIS DE ENCUESTAS**

Como podemos observar es viable comercializar nuestros productos basados en el cuidado del cuerpo con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y hacer que sientan cómodos, felices y satisfechos y con ganas de seguir comprando productos de belleza.

### **39. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

A continuación, se presenta un análisis de los datos de encuesta:

De acuerdo al análisis del estudio se evidencio en la gráfica 1 que el 48% de los encuestados hacen uso de las cremas hidratantes para el cuerpo, con esto podemos determinar que la gran cantidad de personas saben la importancia que tiene el uso de los productos de belleza para cuidar la piel de temas de resequedad y mantenerla linda e hidratada, por otro lado se determinó según la gráfica 2 que las personas usan medios como redes sociales para informarse sobre los productos de maquillaje por lo que podemos decir que es un buen manejo el tener nuestra empresa virtual porque puede expandirse en el mercado y ofrecer mayor rentabilidad, en la gráfica 3, tuvimos un resultado del 51% donde los encuestados escogieron la calidad del producto por lo que es viable para nosotros porque estamos enfocados en satisfacer a nuestros clientes ofreciéndolos productos de calidad.

### **40. RESPUESTAS DEL OBJETIVO GENERAL**

De acuerdo a nuestro proyecto de investigación concluimos que es viable la comercialización de los productos de belleza y cuidado capilar ya que efectivamente tiene una gran acogida con resultados positivos en el mercado y contribuyendo favorablemente con la calidad, la economía y el buen servicio para nuestros clientes.

#### 41. CONCLUSIONES GENERALES

De acuerdo a la validación realizada y con base al objetivo de nuestro proyecto de investigación podemos determinar que es importante resaltar los cosméticos como elementos para el cuidado del ser humano, ya que se utiliza para infinidad de usos como por ejemplo la mujer que lo utiliza para su belleza y cuidado de su cabello. Los cosméticos tienen una gran importancia para el ser humano ya que gracias a sus ingredientes naturales vienen jugando un papel importante debido al cuidado de la salud.

#### 42. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

[https://www.emprenemjunts.es/adjuntos/894\\_ADJUNTO\\_1.pdf](https://www.emprenemjunts.es/adjuntos/894_ADJUNTO_1.pdf)

[https://repositorio.utdt.edu/bitstream/handle/utdt/2397/MBA\\_2016\\_Baron.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utdt.edu/bitstream/handle/utdt/2397/MBA_2016_Baron.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

<http://abretuestetica.blogspot.com/2015/08/demanada-del-mercado.html>

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10915/2018Norenasergio.pdf?sequ>

<https://stylelovely.com/belleza/noticias/10-soluciones-10-problemas-rostro/>

[https://www.objetivobienestar.com/consejos-de-belleza/problemas-pelo-tratamiento-solucion\\_13262\\_102.html](https://www.objetivobienestar.com/consejos-de-belleza/problemas-pelo-tratamiento-solucion_13262_102.html)

[https://www.aragon.es/documents/20127/674325/cosmeticos\\_profe.pdf/075eefc6-7857-3a8d-f64c-7070aa2b3b75](https://www.aragon.es/documents/20127/674325/cosmeticos_profe.pdf/075eefc6-7857-3a8d-f64c-7070aa2b3b75)

### 43. ANEXOS

#### Encuestas aplicadas

- <https://www.onlineencuesta.com/s/fd3d80f>
- <https://www.onlineencuesta.com/s/b38df36>
- <https://youtu.be/njVeF7dWv5M>

