

NATULBELLA

SKINCARE



SARAY DURANGO HOYOS

PAULA HERNANDEZ LOPEZ

YARISEL TENORIO PEREIRA

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONTERIA-CORDOBA

2020

TABLA DE CONTENIDO

COMPROMISO DEL AUTOR.....	5
RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN.....	7
OBJETIVOS	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	9
Objetivos de desarrollo sostenible	10
Valor compartido.....	10
 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD	
Análisis de Pestel	11
ECONOMICO:	12
SOCIAL:.....	12
TECNOLÓGICA:.....	12
ECOLOGICA:	14
LEGAL:	14
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	15
ARBOL DE PROBLEMAS	16

ARBOL DE OBJETIVOS17

PREGUNTA PROBLEMA.....18

LLUVIA DE IDEAS.....18

EVOLUCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO19

ESTRUCTURA DE LA IDEA21

DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....23

FUERZA DE LA INDUSTRIA24

CONTEXTULIZACION DE LA EMPRESA24

ANALICIS DE DEMANDA24

ANALICIS DE LA OFERTA25

SEGMENTACIÓN DE MERCADO26

BONDADES DE NUESTRO PROYECTO.....26

BUYER PERSONA27

PROPUESTA DE VALOR.....30

DISEÑO DEL PRODUCTO.....31

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO/ SERVICIO.....31


**LEYES, DECRETOS O NORMAS COLOMBIANAS QUE SE REQUIERAN PARA
PONER EN MARCHA NUESTRA IDEA DE NEGOCIO.....32**

**LISTA DE MATERIALES Y MAQUINARIAS PARA LA EABORACIÓN DEL
PRODUCTO32**

DIAGRAMA DE BLOQUE.....	33
CADENA DE DISTRIBUCIÓN	33
INDICADORES DE CALIDAD	34
BROCHURE	35
CICLO DE VIDA	36
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO	37
CARACTERÍSTICA DEL PROTOTIPO	37
Interacción del cliente con el prototipo:	38
Evidencia del prototipo:	38
MODELO RUNNING LEAN.....	42
.....	42
VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO	43
Definición de objetivo de la investigación.....	43
Tipo de investigación:	43
Tamaño de la muestra:	43
Tamaño de la muestra:	43
LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES	54
BIBLIOGRAFIA	55

COMPROMISO DEL AUTOR

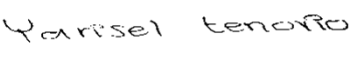
Yo Saray Durango Hoyos identificada con C.C 1068667920 estudiante del programa Administración de Empresas declaro: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma. 

Yo Paula Hernández López identificada con C.C 10003005919 estudiante del programa Administración de Empresas declaro: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma. 

Yo Yarisel Tenorio Pereira identificada con C.C 1067949877 estudiante del programa Administración de Empresas declaro: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma. 

RESUMEN

El siguiente es un proyecto empresarial que se fundamenta en una idea de negocio llamada NATULBELLA, en la cual brindaremos principalmente un servicio que ayude a las personas a mejorar la salud de su piel usando la tecnología como medio para llegar a nuestros clientes.

Como medio de interacción tendremos una página web donde nos daremos a conocer. La idea de negocio consiste en, como anteriormente se había dicho, crear una página web por medio de la que se brinden asesorías personalizadas con respecto al cuidado de la piel, será un lugar virtual donde las personas puedan agendar su cita con especialistas en el cuidado de la piel y también podrán consultar respecto a una gama de productos que se ofrecerán en esta página. Nuestro factor secundario, como se ha evidenciado, también es vender por medio de éste, productos para el cuidado de la piel, ser intermediarios entre las personas y los productos.

En este proyecto se abarcarán diferentes temas en torno a nuestra idea de negocio, donde se realizarán una serie de procesos con la finalidad de descubrir con exactitud el punto donde estábamos y donde queremos llegar como emprendimiento.

Los procesos realizados fueron los siguientes, análisis del sector, Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad, árbol de problemas y de objetivos, análisis del problema y medios de innovación.

Palabras claves: Cuidados Piel, Salud, Servicios, Asesoría, Productos, Necesidad, Virtual, Pagina web, Medio ambiente, Calidad.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la tecnología ha avanzado de manera inmensurable, facilitando que las personas puedan ordenar un servicio o producto desde cualquier lugar y que este, en el caso del producto, llegue de manera oportuna a sus manos. Es por esto que decimos aprovechar este tipo de plataformas digitales para nuestro beneficio y el de nuestros futuros clientes.

Hoy en día, aproximadamente 6.850 personas mueren por padecimientos en la piel. Conocemos que millones de personas no tienen el tiempo para atender o cuidar su piel de forma adecuada, queremos contribuir a la calidad de vida de cada persona que se interese por lo que ofrecemos.

Natulbella es un proyecto empresarial que nace a partir de la necesidad de que las personas cuiden su piel. Lo que ofreceremos principalmente es un servicio que consiste en una página web por medio de la cual las personas podrán ingresar y adquirir asesorías respecto a su tipo de piel y los productos que le favorecerían para tratar su necesidad. De allí se nos ocurrió también brindar productos para el cuidado de la piel amigables con el medio ambiente, de esta forma lo facilitaríamos haciendo convenios con diferentes marcas de productos 100% garantizados y los brindaremos en nuestra página.

El siguiente proyecto a presentar contiene todo nuestro proceso para llegar a tener unas bases claras respecto a lo que queremos alcanzar con este emprendimiento. Cada una de las especificaciones contribuyeron para ir consolidando nuestros puntos claves, y por qué no, llevarlo a la realidad.

OBJETIVOS

Objetivo general

Garantizar que las personas obtengan información, asesoramiento y productos de calidad para el cuidado de la piel y ofrecer una experiencia satisfactoria al momento de visitar nuestra página web.

Objetivos específicos

- Brindar a los clientes asesorías sobre el cuidado de la piel y el uso de los productos.
- Ofrecer información a las personas sobre la importancia del cuidado de la piel.
- Contar con proveedores confiables que respalden nuestro servicio.
- Fidelizar el 60% de nuestros clientes.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Nuestra idea de negocio es una tienda virtual que brinda asesorías y productos para el cuidado de la piel, los cuales serán 100% amigables con el medio ambiente. Esta idea surge de la necesidad que tienen las personas de cuidarse la piel ya que al no hacerlo trae como consecuencia algunos tipos de enfermedades que disminuyen notablemente la calidad de vida de las personas. Sabemos que la piel es un órgano de vital importancia en nuestro cuerpo ya que esta nos protege de agentes externos como el frío el calor, bacterias y todos aquellos elementos que hacen daño a nuestra salud.

Evidentemente uno de los problemas de salud más común en la actualidad son las enfermedades de la piel las cuales se generan por el mal cuidado de esta. con el fin de disminuir esta problemática decidimos crear un espacio a través de un sitio web donde las personas puedan tener acceso a toda la información que se debe tener para el cuidado de la piel, además de esto también encontrarán productos que podrán adquirir con una respectiva asesoría de profesionales especialistas en el tema. A partir del análisis de diferentes productos usados para el cuidado de la piel decidimos escoger aquellos que son amigables con el medio ambiente, ya que si son amigables con el medio ambiente también lo serán con nuestra salud.

Observamos que muchas personas no tienen mucho conocimientos sobre el beneficio único que tienen estos productos por lo que en nuestra página web ofreceremos asesorías personalizadas donde los usuarios tendrán un contacto directo con profesionales de la salud especializados en el cuidado de la piel, nuestra idea a brindar una información eficiente y que el usuario se sienta satisfecho al momento de adquirir un producto.

También al vender productos amigables con el medio ambiente estamos contribuyendo a disminuir la contaminación el cual es otro tipo de consecuente que afecta de manera directa la salud de la piel y el bienestar de las personas.

Vemos la oportunidad de brindar una mejor calidad de vida a las personas, de mejorar la salud y el aspecto de su piel.

Objetivos de desarrollo sostenible

Los objetivos de desarrollo sostenible que se pueden adecuar a nuestra idea de negocio son:

- Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.
- Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas las edades

Tenemos claro que debemos trabajar no solo por nuestro beneficio sino por el de nuestros clientes, gracias a esto podemos decir que la calidad es la mejor garantía para nuestros productos.

Valor compartido

Nuestro emprendimiento está centrado en la mejor calidad de vida de las personas contribuyendo a la salud y bienestar de su piel, de esta forma ayudamos a la sociedad, no solo en el cuidado personal sino en el cuidado ambiental, ya que los productos que se ofrecemos son 100% garantizados amigables con el medio ambiente de esta forma aplicamos la teoría de valor compartido.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

Análisis de Pestel

POLITICO: Colombia esta posesionada como una plataforma activa para el desarrollo de nuevos emprendimientos, sin embargo, se presentan algunas dificultades al momento de consolidar una idea de negocio o proyecto. Esto se debe a que el emprendimiento en Colombia enfrenta una costosa carga regulatoria y falta de acceso al financiamiento, factores que frenan su formalización y crecimiento.

En el Plan Nacional de Desarrollo dirigido por el gobierno del presidente Iván Duque, encontramos una oportunidad para el emprendimiento. El pacto por el emprendimiento en el ítem Entorno para crecer: formalización, emprendimiento y dinamización empresarial, nos da razones y oportunidades para emprender, entre las cuales tenemos:

- “Acompañaremos emprendimientos con potencial de crecimiento para aumentar su probabilidad de éxito.
- Diseñaremos e implementaremos una política nacional de emprendimiento para ampliar y facilitar el acceso a los servicios para emprendedores.
- Activaremos la Ventanilla Única Empresarial para que los empresarios puedan obtener su RUT, Registro Mercantil y registrarse a la Seguridad Social sin salir de su oficina.
- Expediremos una reforma a la tarifa de registro mercantil que disminuya el costo de formalizarse para las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).
- Abarataremos y mejoraremos el acceso de las pequeñas empresas al microcrédito y fortaleceremos instrumentos de financiamiento de operación empresarial.” (DINERO, 2018)

ECONOMICO: nuestro emprendimiento pertenece al sector económico de comercio y servicio.

Existen muchas entidades que nos pueden financiar nuestro emprendimiento, una de ellas es Bancóldex que según el plan de gobierno nacional apoyará con líneas de crédito a 30.000 pequeñas y medianas empresas, entre 2019 y 2022.

SOCIAL: Se presentan tres tendencias y desarrollos para el sector, la primera el poder cosmético de los alimentos, la segunda cosmética térmica y por último productos cosméticos inclusivos.

Las personas pueden acceder a nuestro servicio a través de las redes sociales y de nuestra página web donde verán todos los productos y servicios que ofrecemos.

Las personas que solicitarían nuestros servicios son aquellas que llevan o quieren llevar un estilo de vida saludable, verse y sentirse bien.

TECNOLÓGICA: Los avances tecnológicos que ha tenido este sector son los siguientes:

Personalización e inteligencia artificial (IA): Lancôme, filial de L'Oreal, ha creado una máquina de bases personalizadas llamada Le Teint Particulier, que promete encontrar el color "exacto" para tu piel, usando IA.

Los consultores de Lancôme primero determinan el tono de tu piel facial con un colorímetro de mano, que es una especie de escáner.

Aplicaciones de "prueba": La aplicación Visual Artist, de Sephora, permite a los clientes probar virtualmente miles de tonos de lápiz labial y sombra de ojos a través de sus teléfonos inteligentes o en los puestos de las tiendas.

El programa mide dónde se encuentran tus labios y ojos en tiempo real para luego saber dónde colocar los cosméticos.

Herramientas inteligentes de cuidado de la piel: HiMirror, un "espejo inteligente" fabricado por New Kinpo Group, de Taiwán.

El programa toma una foto de tu cara cada vez que inicias sesión y la escanea para detectar arrugas, manchas rojas, poros, líneas de expresión y niveles de brillo. Luego califica estos factores de "bueno" a "pobre" y te envía consejos personalizados y recomendaciones de productos.

Maquillaje impreso: La varita Opté de Procter and Gamble (P&G), por ejemplo, es una impresora de maquillaje presentada en la edición de 2019 del Consumer Electronics Show (CES), una de las ferias de tecnología más grandes del mundo, en Las Vegas.

El aparato escanea la piel y aplica con precisión pequeñas cantidades de maquillaje para ocultar manchas de la edad y otras imperfecciones.

Su pequeña cámara incorporada toma 200 cuadros por segundo, luego un microprocesador analiza los datos para diferenciar entre áreas claras y oscuras, y una microimpresora aplica la base a tu piel.

Impacto de las TIC en el sector

El impacto de las TIC ha sido de vital importancia en la industria del comercio, ya que este abre puertas a mercados internacionales y facilita muchos procesos.

Las personas tienen acceso a una gran plataforma tecnológica donde pueden encontrar variedad de productos y servicios que son fáciles de adquirir. Las redes sociales han tenido gran impacto en la compra y demanda de estos.

ECOLOGICA: En la actualidad existen muchas empresas que fabrican productos cosméticos amigables con el medio ambiente, a continuación, mencionaremos una:

BIOSSANCE: La nueva marca de belleza disponible en Sephora, acaba de llegar a México. Se lanzó en 2016 y es reconocida porque no utiliza ninguno de los 1,500 ingredientes prohibidos de la UE en sus productos. Cuenta con la verificación del Environmental Working Group. Lo que la hace una marca 100% limpia que utiliza el escualano -ingrediente hidratante de origen vegetal- como ingrediente principal.

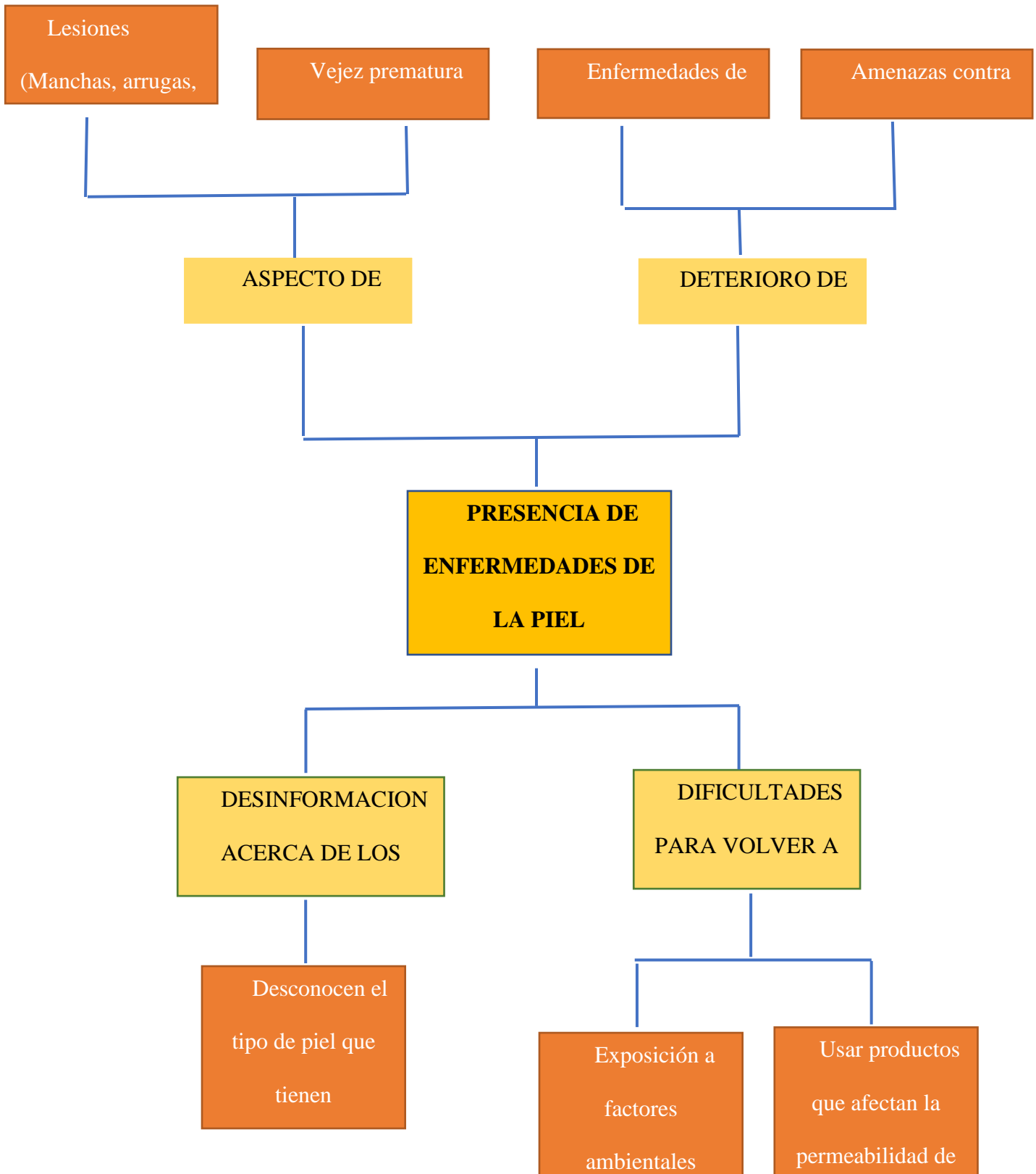
La tendencia del uso de productos cosméticos para el cuidado de la piel se ha convertido en una actividad importante, ya que la piel es un órgano y requiere de cuidados constantes para mantenerla sana y joven. El funcionamiento de la piel es similar al de una esponja: absorbe todo lo que le apliques. Y, de la misma manera, las consecuencias de utilizar un producto beneficioso o dañino se notan rápidamente. Por lo que se ha convertido en tendencia el cuidado de la piel a través de productos naturales. La cosmética natural se realiza con plantas y materiales que son renovables, por lo tanto, es amigable con el medioambiente, además de con las personas que la utilizan. Este doble efecto positivo es parte del motivo por el cual ha ganado tanta popularidad dicha tendencia.

LEGAL: DECRETO NÚMERO 219 DE 1998 (enero 30) por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos, y se dictan otras disposiciones.

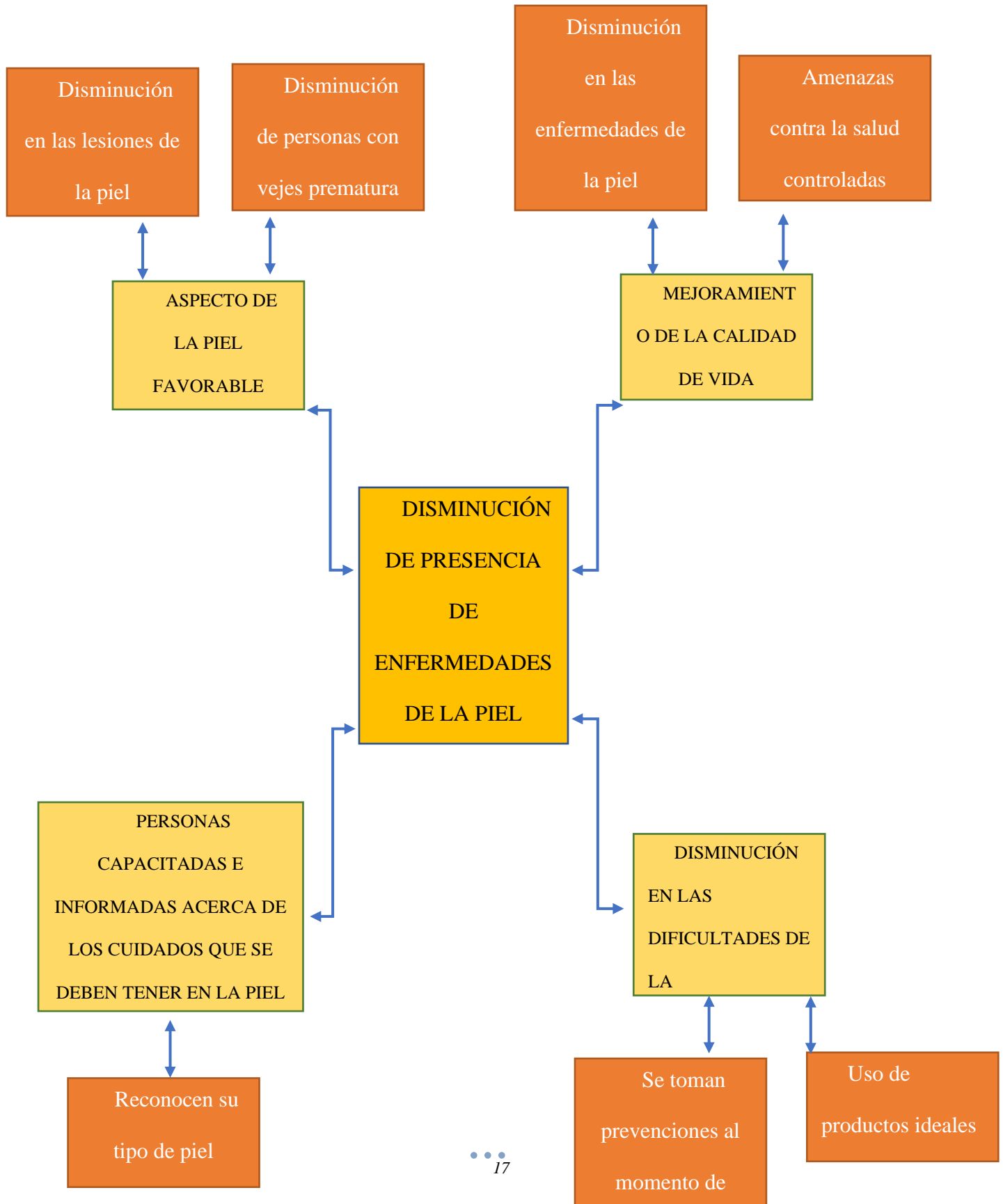
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Criterio	Problema 1
	Presencia de enfermedades de la piel.
Conocimiento o experiencia	4
Asesoría de un experto (si se requiere ¿lo tenemos?)	5
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)	4
Tiempo (posible solución)	4
Costos (posible solución)	4
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5
Total	31

ARBOL DE PROBLEMAS



ARBOL DE OBJETIVOS



PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuáles son los problemas específicos o dificultades que presentan las personas para no tener la atención adecuada acerca del cuidado de la piel?

LLUVIA DE IDEAS



EVOLUCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

INTERÉS /DISPOSICION	ESCALA DE VALORACION			
AFIRMACIONES	F			V
La idea de negocio se ajusta a lo que siempre he querido hacer				5
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	1			
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN				

	A		B		C
Total, de afirmaciones valoradas en 1:	1	x	1	=	1

2:	Total, de afirmaciones valoradas en	0	x	2	=	0
3:	Total, de afirmaciones valoradas en	0	x	3	=	0
4:	Total, de afirmaciones valoradas en	0	x	4	=	0
5:	Total, de afirmaciones valoradas en	3	x	5	=	15

PUNTAJE

16

TOTAL

ESTRUCTURA DE LA IDEA

<p>Cuál es el servicio o producto</p>	<p>Asesorías personalizadas a nuestros clientes con especialistas como dermatólogos y cosmetólogos.</p> <p>Ofrecer un espacio en la página web donde las personas puedan sacar una cita con los especialistas.</p> <p>Ofrecer productos amigables con el medio ambiente para el cuidado de la piel.</p> <p>Brindar asesorías especializada sobre el uso de nuestros productos y los cuidados que se deben tener para mantener una piel saludable.</p>
<p>Quien es el cliente potencial</p>	<p>Todas las personas que estén interesadas en el cuidado y salud de su piel. Para el rango de edad, las personas que puedan entrar a la página web deben ser mayores de edad, aunque las asesorías y producto serán para todas las edades</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>Evitar la presencia de enfermedades de la piel y lucir una piel radiante</p>

<p>¿Cómo funciona el producto o servicio?</p>	<p>De forma virtual a nivel regional, las personas podrán apartar su cita virtual y ordenar los productos que serán llevados a domicilio. Detallando un funcionamiento confiable, asegurando una buena asesoría y que las entregas sean eficientes.</p>
<p>¿Por qué lo preferirían?</p>	<p>Por la calidad del servicio, excelentes precios. Es lo que todos necesitan.</p>

DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

VERBO

Diseñar

TEMA U OBJETIVO

Una página web donde
brindaremos acerca del cuidado
de la piel y ofreceremos
productos para la protección de
esta.

CARACTERÍSTICAS

Información
Naturales
Dermatológico
Económico
Sostenible

USUARIOS

Público en general

VERBO INSPIRADOR

Crear vida saludable en el cuidado
y belleza de la piel tanto de
mujeres como hombres.

PROPÓSITO

INSPIRADOR

Proteger y evitar
enfermedades de la piel, y
contribuir a la felicidad de
todos.

FUERZA DE LA INDUSTRIA

CONTEXTULIZACION DE LA EMPRESA

Nuestro proyecto empresarial se llama NATULBELLA, esta idea de negocio es una gran oportunidad para garantizar el bienestar de las personas que soliciten nuestro servicio, ya que nos enfocaremos más que todo a que las personas que ingresen a nuestra plataforma se sientan cómodas y bien atendidas. Gracias a esto creamos lo que hoy llamados atención personalizada donde las personas podrán desde la misma plataforma asesorarse sobre los productos que allí se presentarán y su tipo de piel con especialistas. De esta forma garantizaremos seguridad al momento de adquirir los productos allí ofertados.

Este servicio está dirigido más que todo a personas de 18 años en adelante principalmente de Córdoba. Podemos abrir gran brecha en el mercado ya que nuestra empresa se lleva a cabo de forma virtual y optamos por comenzar con envíos por toda Montería.

Conocemos que existe gran variedad de empresas u organizaciones que brindan servicios parecidos, pero no como el nuestro, precisamente por esto pensamos que generaríamos gran impacto en la vida de las personas.

ANALICIS DE DEMANDA

Hoy en día hay una alta demanda, las personas están exigiendo más y tienen mayores necesidades y esta empresa está dispuesta a satisfacerlas, llevándoles el producto hasta la puerta de su casa y brindándoles asesorías de forma virtual con personal especializado.

Un factor fundamental es que nuestros productos en su gran mayoría serán amigables con el medio ambiente de esta forma se contribuye grandemente a la mejora de la calidad de vida de las personas o de la sociedad. Creemos firmemente en que hay espacio en el mercado para nuestra idea de negocio.

ANALISIS DE LA OFERTA

Según lo que se ha investigado o indagado respecto a este tema en específico hay varias empresas u organizaciones que brindan servicios parecidos mas no iguales a los nuestros entre estas se encuentra Natura, L'occitane y Origins. Empresas como estas llegan en promedio al 30% del mercado. Esperamos dar lo mejor de nosotros para ser competitivos en el mercado, mejorando nuestras estrategias de marketing, presentado buenos precios y publicidad para nuestra pagina


NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	SERVICIO (VENTAJA COMPETITIVA)	UBICACIÓN
L'occitane	Cosméticos	700 millones semestrales	Productos orgánicos	Colombia

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

BONDADES DE NUESTRO PROYECTO

1. Calidad de productos
2. Personal capacitado para la atención de nuestros clientes
3. Capacidad de alta tecnología
4. Atención personalizada
5. Innovación
6. Asesoría a la hora de elegir un producto
7. Consultas de dermatología y cosmetología
8. Servicio a domicilio
9. Incentivar a la población para el cuidado de la piel
10. Productos 100 % amigables con el medio ambiente
11. Precios flexibles
12. Compras a través de la página web
13. Charlas por medio de la pagina
14. Velar por el cuidado de todos nuestros clientes
15. Fácil acceso a nuestros canales de venta

BUYER PERSONA

	<p>Ciudad de Montería, Córdoba</p>	<p>Lo que ella espera es poder cuidar su piel con excelentes productos de calidad y así evitar enfermedades.</p>
<p>Su mayor temor es no poder encontrar productos 100% amigables con el medio ambiente para el cuidado y la salud de su piel.</p>	<p>La joven está tratando de encontrar un buen producto para el cuidado de su piel.</p> <p>Frase que mejor describan su experiencia: Cuidar tu piel todos los días es como enviarle pequeñas noticias de amor a tu cuerpo.</p>	<p>Las barreras pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No encontró el producto que buscaba - Que la atención no haya sido la mejor

<p>¿Existen otros factores que se deberían tener en cuenta?</p>	<p>Un factor que se debería tener en cuenta es tener una mente abierta para resolver diferentes problemas.</p>
---	--

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

En la actualidad en la ciudad de montería cuenta con pocas tiendas virtuales de productos amigables con el medio ambiente para el cuidado de la piel, nuestros clientes serian todas las personas interesadas en el cuidado su piel de toda edad.

Como nuestro negocio existen algunos similares, pero solo prestan un servicio en tiendas naturistas, súper mercados, mas no como una página virtual.

Nuestro interés es que los clientes no tengan que desplazarse a un lugar físico para poder ver y adquirir un producto, sino que a través de nuestra página puedan obtener su producto.

¿Qué valor destacan a su cliente ideal?

Empatía; la buena empatía ayuda a que nuestros clientes se sientan mejor a la hora de obtener un producto.

Responsabilidad; Que la oportunidad de entrega sea de una forma efectiva.

Disciplina; Para llevar cada proceso

Tolerancia; Es muy importante ya que se tratará con varias personas y cada una tiene un carácter y temperamento distinto.

¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

El entorno de nuestros clientes es cuidar de su piel cada día, son personas que siempre están pendientes al cuidado diario de su piel con productos de calidad y ante todo amigables con el medio ambiente, así evitan llegar a sufrir de alguna enfermedad en su piel.

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

La calidad del producto, la buena atención y excelentes precios

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.

Un cliente ideal es aquel que no le importa el precio sino la calidad y excelencia del producto, el cual busca un beneficio para así mismo en el cuidado de su piel.

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

Sabemos que actualmente en nuestro país Colombia hay muchas tiendas de productos amigables con el medio ambiente para el cuidado de la piel. Pero la diferencia de nuestro proyecto es brindarle una atención personalizada a cada cliente de una forma efectiva, sin la necesidad que nuestros clientes salgas de hasta un lugar físico.

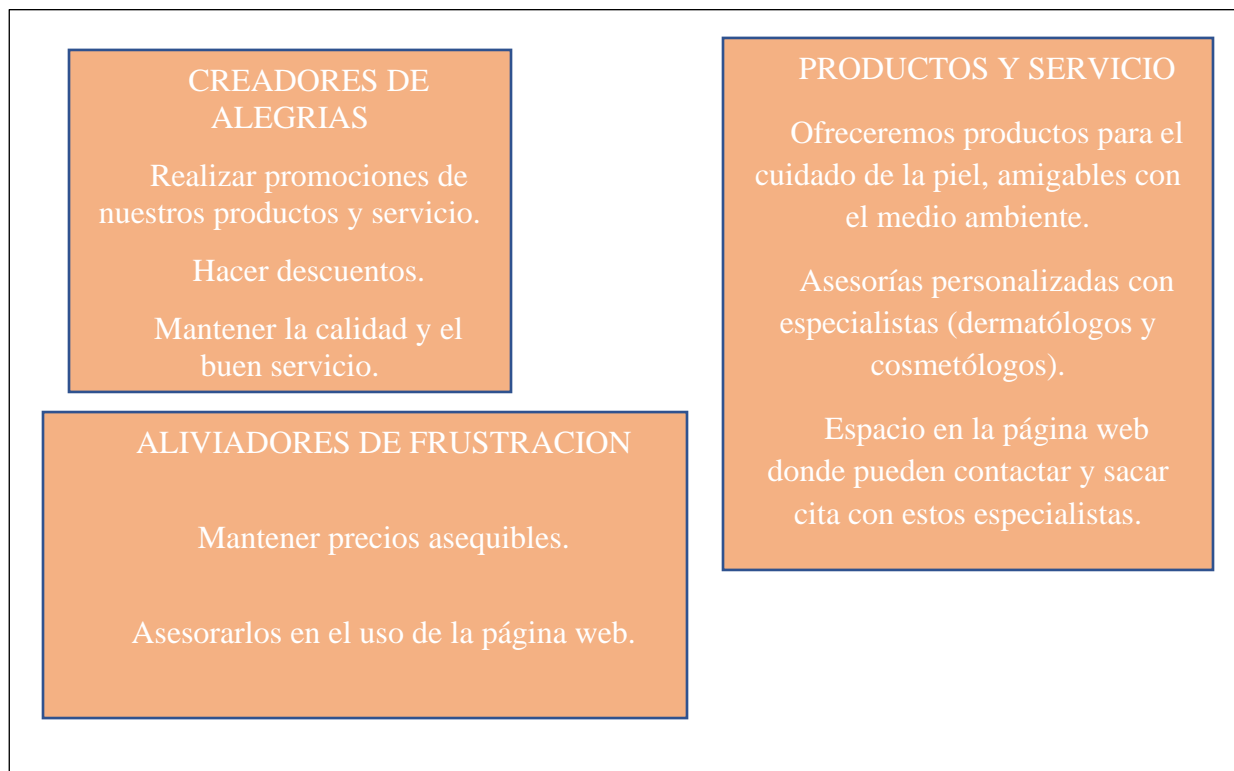
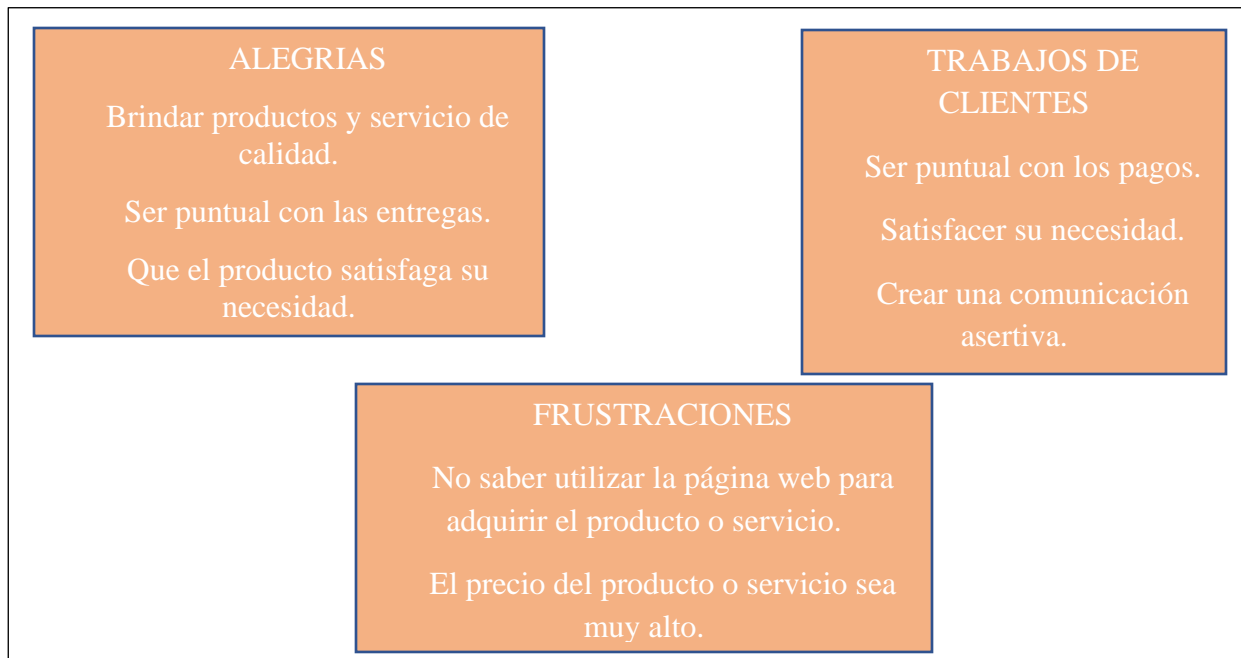
¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo?

Sería una alta población, ya que tanto niños, adolescentes, jóvenes y adultos siempre están pendientes al cuidado de su piel.

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

Todas aquellas personas que tengan la capacidad y los recursos necesarios para crear un proyecto en la seguridad y el cuidado de la piel.

PROPUESTA DE VALOR



DISEÑO DEL PRODUCTO

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO/ SERVICIO	
Nombre del producto o servicio	NATULBELLA
Composición del producto / líneas de servicio o portafolio.	Página web, computador, asesores, personal capacitado para diferentes áreas de gerencia, ingeniero, productos.
Normas de calidad	Brindar el mejor servicio, atención al cliente, garantizar la calidad de los productos, eficiencia en la entrega
Presentaciones comerciales / combos, paquetes especiales	Ofertas en los productos, regalos por compras mayores a 200.000 mil pesos.
Tipo de empaque o embalaje / canal de información	www.natubella.com
Material de empaque / publicidad, brochure	Instagram: @natubulbella02 Facebook: NATULBELLA YouTube: natubellacolombia
Vida útil estimada / garantía	La mejor experiencia para nuestros cliente 24/7
Porción recomendada, servicios adicionales / recomendaciones por tipo de cliente	Servicio al cliente, servicio a domicilio, pretender que nuestros clientes se sientan cómodos al momento de visitar nuestra página.

**LEYES, DECRETOS O NORMAS COLOMBIANAS QUE SE REQUIERAN PARA
PONER EN MARCHA NUESTRA IDEA DE NEGOCIO.**

Según la Ley 1480 de 2011, como “Ventas a distancia”, que son todas aquellas en las que el comprador no tiene contacto directo con el producto que adquiere

Según la Ley 527 de 1999, mejor conocida como “Ley de Comercio Electrónico” la cual dota de efectos jurídicos concretos los datos que se compartan por medios electrónicos con fines comerciales en tiendas online.

**LISTA DE MATERIALES Y MAQUINARIAS PARA LA EABORACIÓN DEL
PRODUCTO**

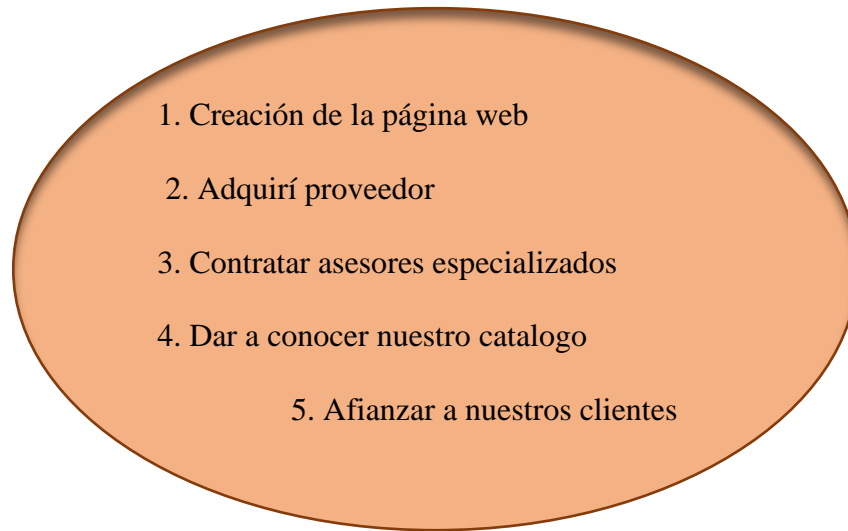
Material

- Computador
- Personales capacitados
- productos

Materiales tecnológico

- Ingeniero
- Página web

DIAGRAMA DE BLOQUE



CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Nuestros clientes potenciales pueden encontrar mayor información a través de nuestros canales, Facebook, Instagram, YouTube

Los clientes pueden adquirir los productos sin llegar a un lugar físico.

Nuestros clientes esperan tener un buen servicio.

INDICADORES DE CALIDAD

1. Cobertura
2. Eficacia
3. Valoración de ventas
4. Satisfacción de cliente
5. Competitividad
6. Oportunidad en la atención
7. Apariencia
8. Proveedores comprometidos
9. Trato digno
10. PQR

BROCHURE

Queremos que dejes
la salud de tu piel en
nuestras manos.



Contamos con
productos de calidad y
promociones especiales.

Brindamos asesorías
personalizadas con especialistas
para satisfacer de manera
oportuna tu necesidad.



NATULBELLA
SKINCARE

WWW.NATULBELLASKINCARE.COM

FACEBOOK
Natulbella skincare

INTRAGRAM
Natulbella-skincare



LA SALUD DE
TU PIEL ES
NUESTRA
PRIORIDAD

CICLO DE VIDA

Nuestro servicio se encuentra en el ciclo de introducción, ya que simplemente lo estamos preparando para llevarlo a la realidad y ofrecerles a las personas la oportunidad de disfrutar de la mejor atención de los excelentes productos de calidad para el cuidado de su piel.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

Para este caso, hay que tener en cuenta que el proyecto empresarial se basa en una idea de negocio llamada Natubella, en el cual brindaremos servicios y productos que ayuden a mejorar la salud de la piel, tiene como características:

- Es una tienda virtual que brinda asesoría y productos para el cuidado de la piel, que Mejora tu calidad de vida en cuanto a la salud y aspecto de tu piel.
- Es una empresa amigable con el medio ambiente.
- Ofrecemos un Servicios y atención personalizada, mediante de una página web y redes sociales
- Hacemos envíos por toda Colombia de los productos
- Nos caracterizamos por dar al cliente la seguridad y confianza al momento de adquirir los productos.

CARACTERÍSTICA DEL PROTOTIPO

A continuación, se detallan las características del prototipo de la empresa Natubella.

- Es de tipo digital puesto que, funciona para aplicaciones web y para aplicaciones móviles.
- Es una página de fácil acceso y segura, llamada Wix.
- Se encuentra en cualquier navegador web
- Tiene un botón de compra que es efectivo y funciona mediante el carrito virtual con un clic.
- Cuenta con envíos por toda Colombia para mayor comodidad del cliente.
- Se puede usar en cualquier dispositivo móvil
- La atención personalizada se brinda por medio de un chat de comunicaciones
- La página web muestra una gama amplia de productos de la línea, de cuidado para piel.

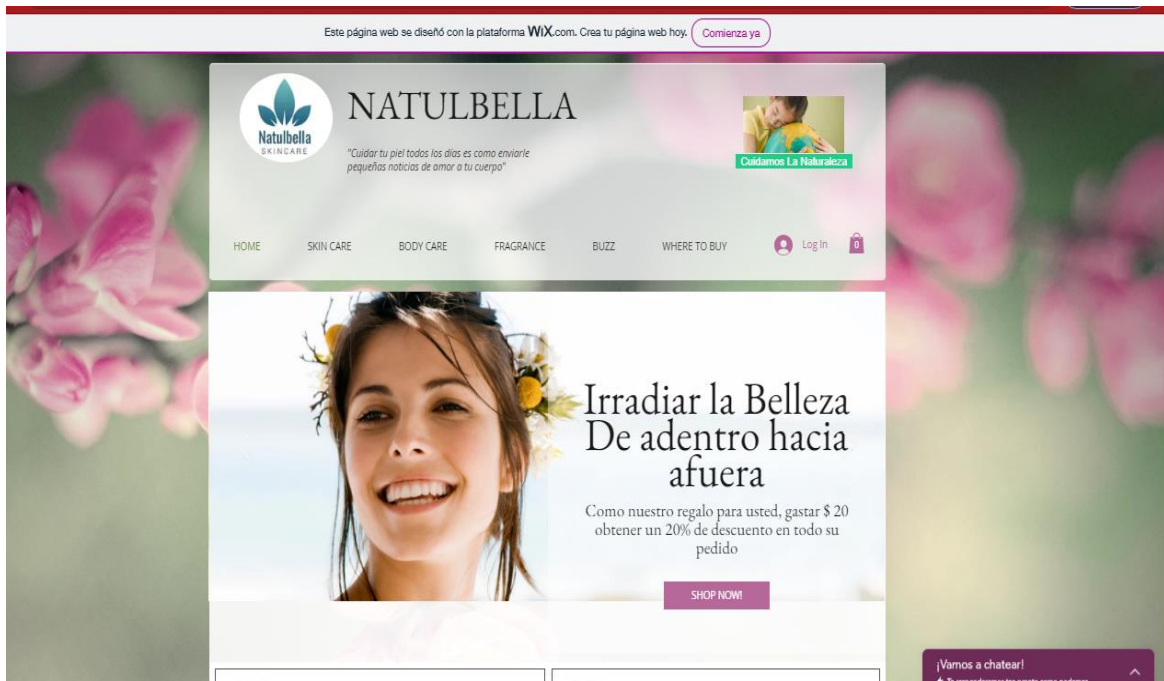
Interacción del cliente con el prototipo:

El cliente va a interactuar con el prototipo mediante la utilización del entorno de tecnológico, de esta forma se usa la virtualidad como la tendencia, que hoy en día las empresas y los mercados están explorando e impulsando para sus negocios por medio de este tipo de herramienta estratégica, como lo es la tecnología.

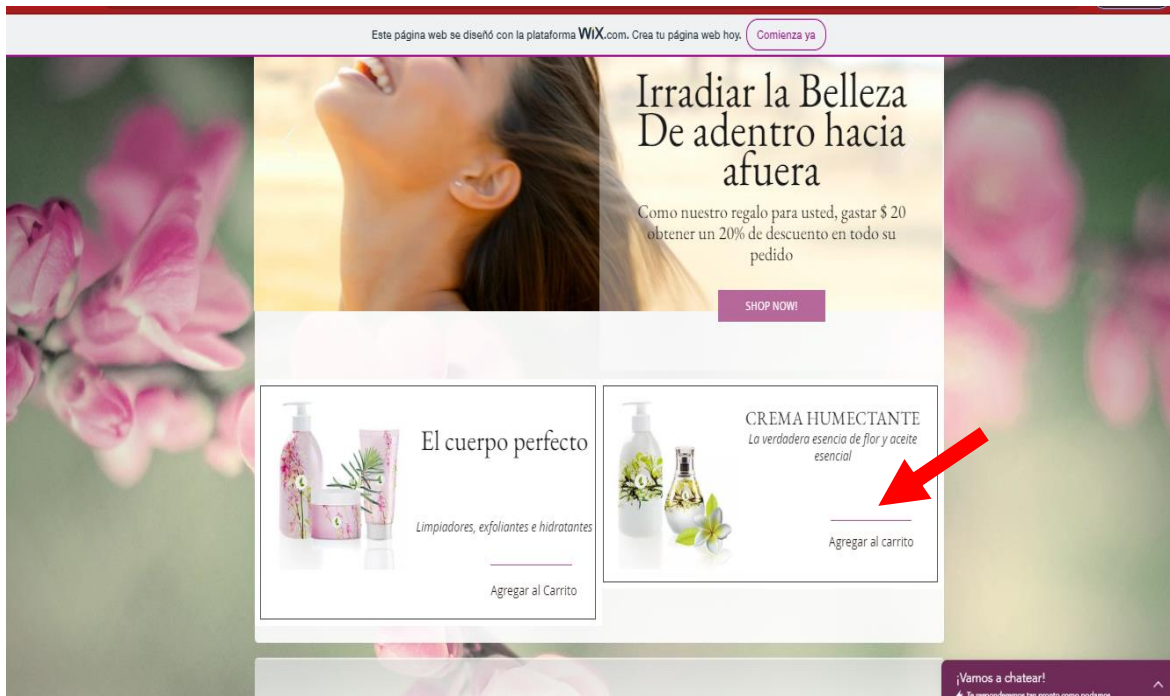
Las redes sociales son una herramienta clave para que los clientes potenciales de la empresa Natulbella, interactúen de manera que conozcan nuestro modelo de prototipo y llevar a cabo, que ese mercado objetivo utilice y se fidelice de nuestros servicios y productos que mejoran su calidad de vida y aspecto de la piel.

Evidencia del prototipo:

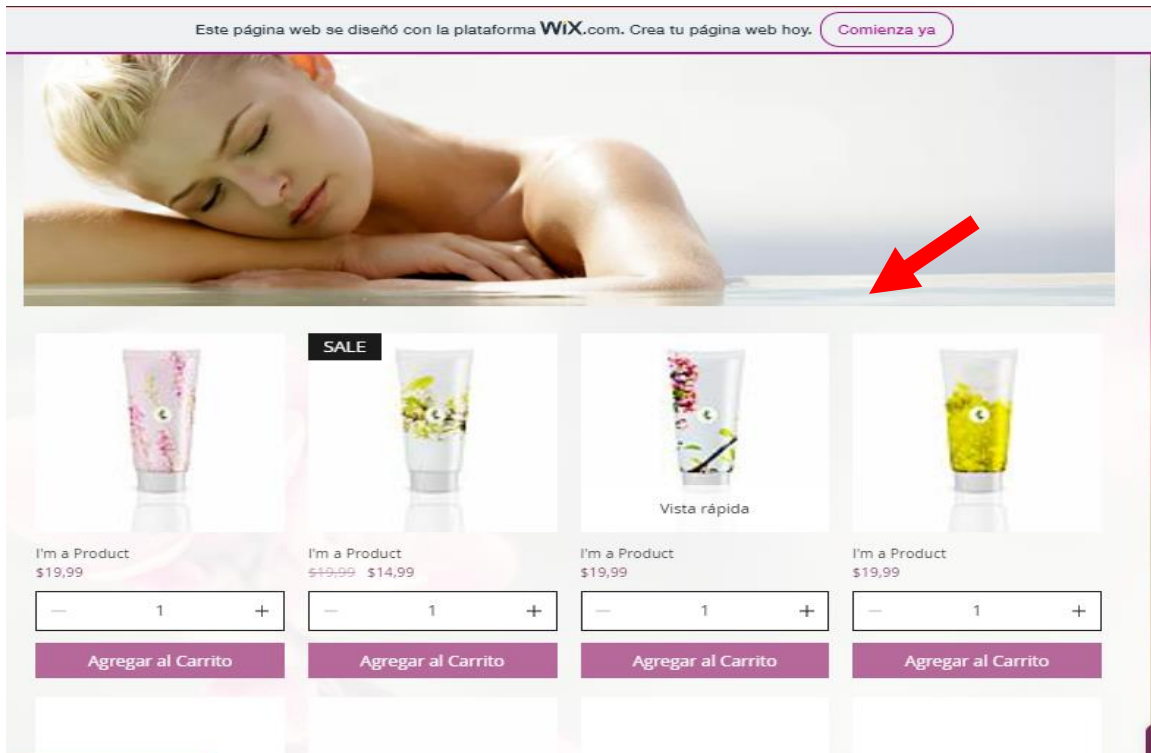
1. Página Wix de Natulbella.



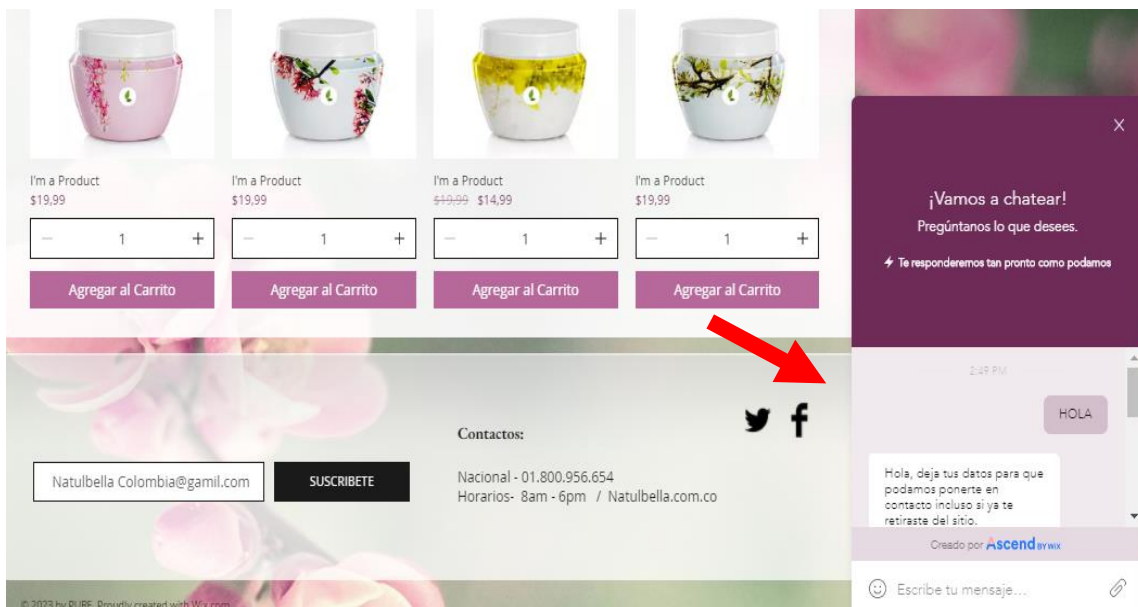
2. Se muestra el botón de Agregar al carrito.



3. Se muestra la gama amplia de productos para la piel.



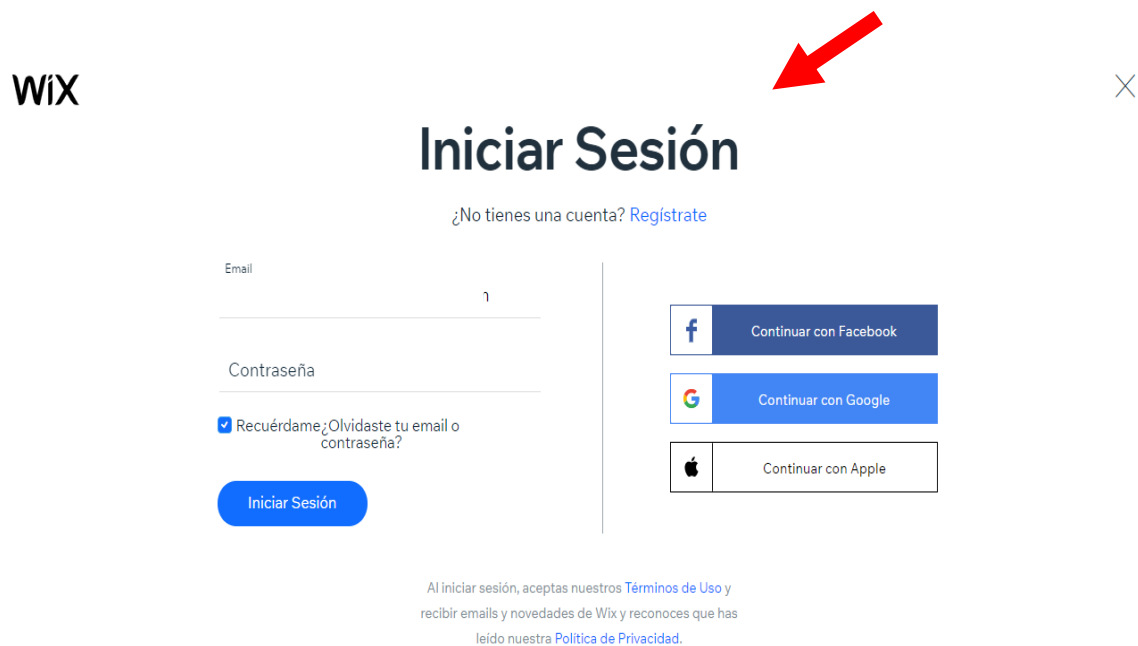
4. Aquí observamos las asesorías personalizadas por medio del chat en línea.



5. Se toman los datos para el envío con llamadas nacionales y correos electrónicos.







6. Es una página de fácil acceso.



7. Link de la página web.

<https://fernandovilalbaovi.wixsite.com/misitio>

MODELO RUNNING LEAN

<p>Problema</p> <p>Natubella es un proyecto empresarial que nace a partir de la necesidad de que las personas tienen de cuidar su piel por medio de productos, uno de los problemas más generales es cuando las personas padecen en la piel y no tienen conocimiento o el tiempo para cuidar su piel de forma adecuada.</p> 	<p>Solución</p> <p>1-Es una tienda virtual que brinda asesoría y productos para el cuidado de la piel, que Mejora tu calidad de vida en cuanto a la salud y aspecto de tu piel.</p> <p>2-Ofrecemos un Servicios y atención personalizada, mediante de una página web y redes sociales.</p> <p>3-Nos caracterizamos por dar al cliente la seguridad y confianza al momento de adquirir los productos.</p>	<p>Propuesta de valor única</p> <p>1-Ofreceremos productos para el cuidado de la piel, amigables con el medio ambiente.</p> <p>Así mismo, brindamos Asesorías personalizadas con especialistas (dermatólogos y cosmetólogos);</p> <p>2-creamos Espacio en la página web donde pueden contactar y sacar cita con estos especialistas.</p> <p>3-Realizar promociones de nuestros productos y servicio. Hacer descuentos. Mantener la calidad y el buen servicio.</p> <p>3- Mantenemos precios asequibles y asesoramos a los clientes en el uso de la</p>	<p>Ventaja injusta</p> <p>Un factor diferencial entre la competencia y la empresa Natubella es que en su mayoría serán amigables con el medio ambiente, de esta manera se genera un valor agregado. Por otra parte, nos hace diferente el ofrecer un producto por medio de una tienda virtual segura, confiable y con atención personalizada, esto hace que los clientes compren bajo la comodidad de su casa sin necesidad de moverse a un sitio físico.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Nuestros clientes objetivos serán todas las personas interesadas en cuidar el de su piel entre ellos una alta población, ya que tanto niños, adolescentes, jóvenes y adultos siempre están pendientes al cuidado de su piel.</p> 
<p>Estructura de costos</p> <p>Costos fijos: Pagos de la página Wix Premium, mantenimientos de la misma, sueldos del personal, servicios de internet, marketing y publicidad.</p> <p>Costos variables: Creación de bases de datos, comisiones sobre ventas</p> 		<p>Canales. La empresa Nutalbella utiliza un canal de información por el cual, se va a distribuir sus productos mediante una página web, redes sociales. Así mismo, se brindará una buena atención al cliente.</p> <p>Fuentes de ingreso</p> <p>Pago por ventas de servicios y productos, por medio de los clientes que necesiten una asesoría o producto para el cuidado de la piel, se manejan precios fijos en el mes con ingresos puntuales.</p> 		

VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Definición de objetivo de la investigación.

Diseñar y analizar por medio de una encuesta, si la propuesta de valor única del modelo Canvas, cumple con las expectativas de los clientes potenciales con el fin validar las ideas de negocio.

Tipo de investigación:

Teniendo en cuenta la investigación a realizar se plantea por trabajar con un tipo de investigación cuantitativa con énfasis descriptiva puesto que, podemos obtener una serie de datos estadísticos y por consiguiente analizar los resultados obtenidos, porque son de vital importancia para la toma de decisiones en la investigación que vamos a realizar.

Tamaño de la muestra:

- Tamaño de la población: 505.334 (Montería)
- Nivel de confianza 90 (%)
- Margen de error 5 (%)

Tamaño de la muestra:

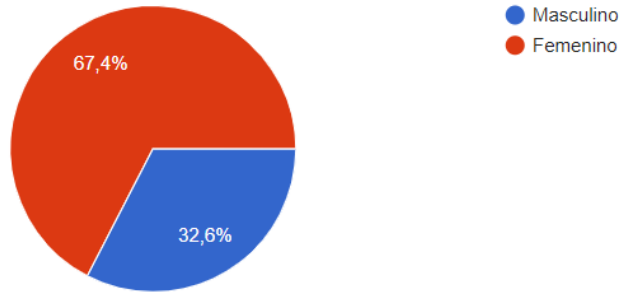
$$\frac{Z^2 \times P(1-P)}{e^2}$$

$$\frac{1 + (Z^2 \times P(1-P))}{e^2 N}$$

Tamaño de la muestra es = 273

Género

273 respuestas

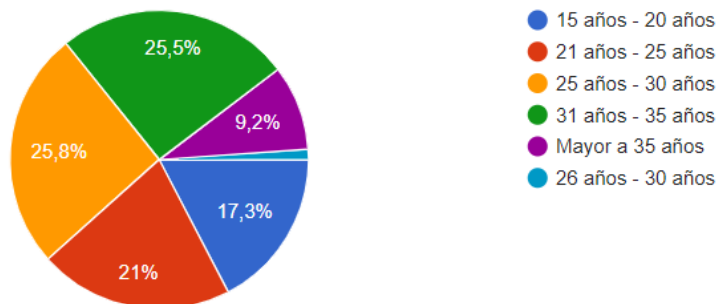


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Masculino	89	32,6%
Femenino	184	67,4%
Total	273	100%

Del total de los encuestados se puede decir que el 67,4% son de género femenino y un 32,6% pertenecen a género masculino.

Edad

271 respuestas

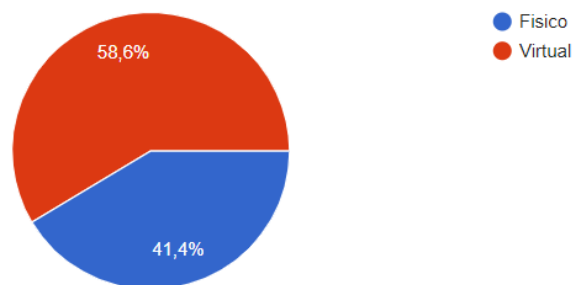


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
15 años – 20 años	47	17%
21 años - 25 años	57	21%
25 años – 30 años	70	26%
26 años – 30 años	3	1%
31 años – 35 años	69	26%
Mayor a 35 años	25	9%
Total	273	100%

Del total de los encuestados se puede decir que el 17,3% son de edades promedio de 15 años a 20 años, un 21% son de edades de 21 años a 25 años, también se aprecia que un 25,5% tiene edades de 31 años a 35 años, por último, un 9,2% son mayores de 35 años.

¿Que canal utilizas con más frecuencia para hacer tus compras?

273 respuestas

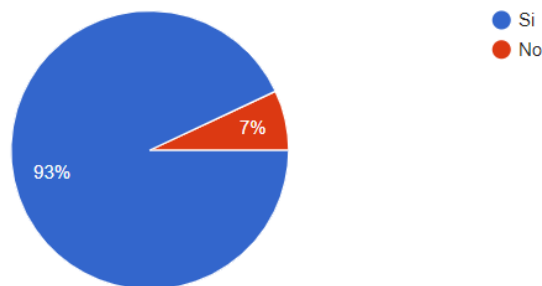


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Físico	113	41%
Virtual	160	59%
Total	273	100%

Vemos que los canales más frecuentes que usan las personas encuestados, es el virtual con un 58,6% lo que nos favorece como empresa y centros físico con un total de 41,4%, lo que se deduce que los clientes prefieren comprar virtualmente.

¿Te preocupas por la salud de tu piel?

273 respuestas

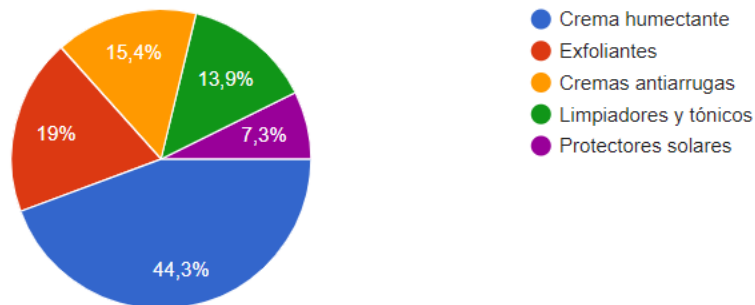


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Si	254	93%
No	19	7%
Total	273	100%

Del total de los encuestados se detalla que un 93% de las personas se preocupa por la salud de la piel, mientras que el 7 % no le preocupa. Se puede decir que esta cifra para nuestra idea es de mucha importancia.

¿Que tipo de productos utilizas para el cuidados de tu piel?

273 respuestas



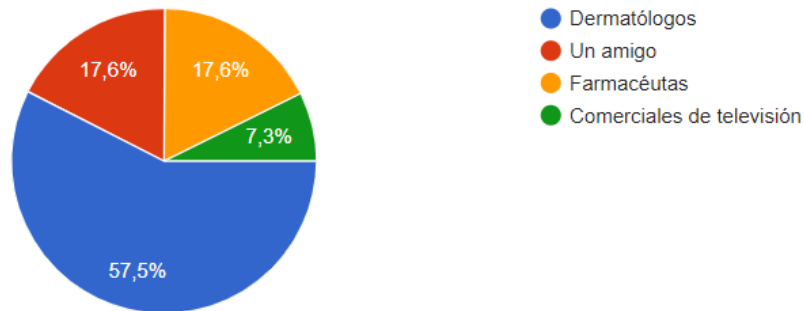
Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Cremas humectantes	121	44,3%
Exfoliantes	52	19%
Cremas antiarrugas	42	15,4%
Limpiadores y tónicos	38	13,9%
Protectores solares	20	7,3%
Total	273	100%

Los productos que las personas utilizan para el cuidado de la piel se conforman primeramente con un 44,3% cremas humectantes, 19% exfoliantes, 15,4% cremas antiarrugas, 13,9%

limpiadores y tónicos, por último, con un 7,3% los protectores solares, como podemos ver la cifra más importante la tenemos en las cremas humectantes.

¿Qué recomendaciones tienes en cuenta al comprar productos para el cuidado de tu piel?

273 respuestas

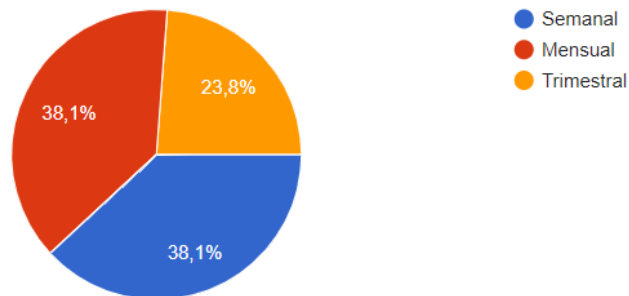


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Dermatólogos	157	57,5%
Un amigo	48	17,6%
Farmaceutas	48	17,6%
Comerciales de televisión	20	7,3%
Total	273	100%

Las recomendaciones que las personas tienen en cuenta para comprar sus productos de cuidado para la piel muestran que un 57% se asesora con dermatólogos, un 17,6% con amigos, el 17,6% con farmaceutas y por ultimo un 7,3% en comerciales de televisión, observamos que el resultado de los dermatólogos nos favorece ya que nuestra idea cuenta con ese tipo de especialistas.

¿Con qué frecuencia compras productos para el cuidado de la piel?

273 respuestas

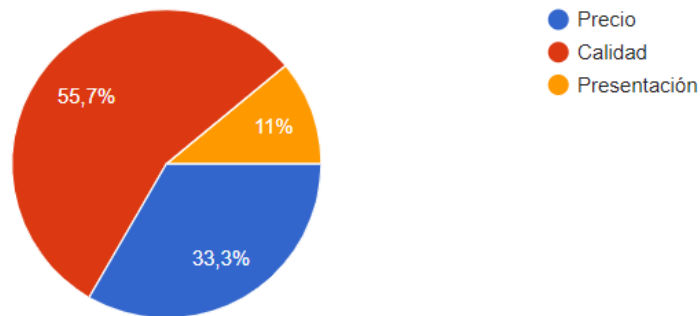


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Semanal	104	38,1%
Mensual	104	38,1%
Trimestral	65	23,8%
Total	273	100%

La frecuencia con la que las personas compran productos para el cuidado de la piel nos dice que el 38,1% lo hace semanalmente, un 36,1% mensualmente y por último un 23,8% trimestralmente.

¿Qué atributos tiene en cuenta al momento de comprar productos para el cuidado de la piel?

273 respuestas

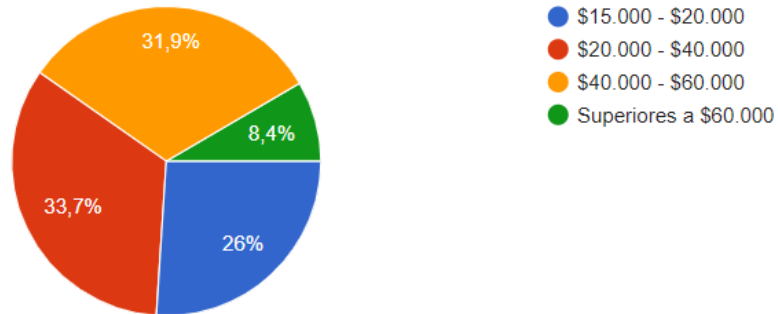


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Precio	91	33,3%
Calidad	152	55,7%
Presentación	30	11%
Total	273	100%

Los atributos que tienen en cuenta las personas al momento de comprar los productos para cuidado de la piel se reflejan en precio con un 33,3%, calidad un 55,7%, presentación un porcentaje de 11%, se puede decir que la calidad es la que sobresale al momento de los clientes comprar este tipo de productos.

¿En qué rango de precios se encuentran los productos para el cuidado de tu piel?

273 respuestas

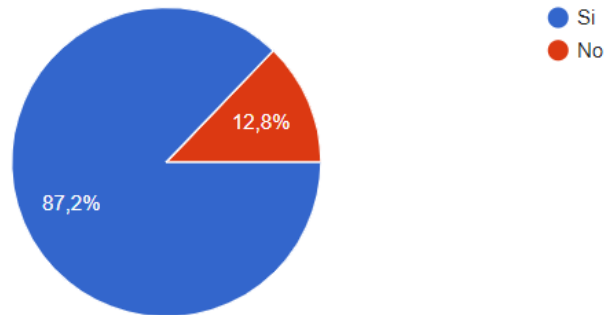


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
\$15.000 - \$20.000	71	26%
\$20.000 - \$ 40.000	92	33,7%
\$40.000 - \$60.000	87	31,9%
Superiores a \$60.000	23	8,4%
Total	273	100%

Los rangos de precios que manejan las personas al momento de comprar productos para la piel son de \$15.000 a \$20.000 representan un 26%, de \$20.000 a \$40.000 un 33,7%, de \$40.000 a \$60.000 un 31,9%, por ultimo tenemos que el 8,4% son superiores a \$ 60.000. El precio que más obtuvo porcentaje fue de \$20.000 a \$40.000.

¿Cuando compras estos productos tienes en cuenta el impacto que este genera en el medio ambiente?

273 respuestas

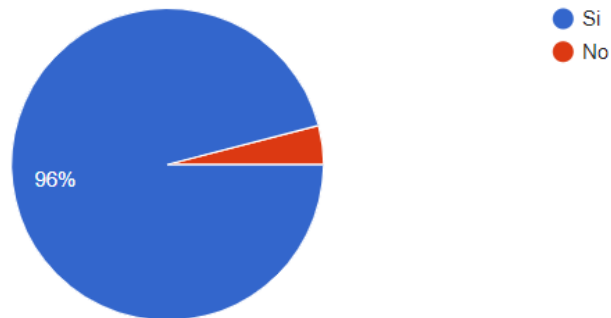


Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Si	238	87,2%
No	35	12,8%
Total	273	100%

Del total de los encuestados se puede decir que el 87,2% tienen en cuenta el impacto ambiental que estos productos pueden generar negativamente, y un 12,8% no tienen en cuenta lo que el producto puede generar al medio ambiente. Se puede decir que el producto de Natulbella tiene un valor agregado y es que somos amigables con el medio ambiente.

¿Compraría usted productos para el cuidado de la piel a través de tiendas virtuales?

273 respuestas



Frecuencia	Cantidad	Porcentaje
Si	262	96%
No	11	4%
Total	273	100%

Del total de los encuestados se puede decir que el 96% si compraría en tiendas virtuales productos para el cuidado de su piel, mientras que el 4% no. Podemos afirmar que este valor nos beneficia ya que un 96% de las personas comprarían en una tienda virtual, lo que sería una cifra muy buena para la empresa Natulbella.

LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

Para el grupo fue una experiencia muy buena porque es importante que nosotros como empresarios, desarrollemos estas técnicas como lo es el **Modelo Running Lean** que nos muestra una visión clara de las debilidades y fortaleza de nuestro modelo de negocio, esto nos sirve a nosotros para realizar estrategias y evaluar la idea de negociación, para así poder tomar buenas decisiones que hoy en día requieren los mercados competitivos. Así mismo aprendimos a utilizar la paginas web llamada WIX lo que fue un reto, pero a la vez algo muy qué es fundamental en la vida de los negocios; hoy en día las tecnologías se han convertido en tendencias mundiales para las empresas y emprendedores.

Por otra parte, nos aventuramos en aprovechar al máximo estos conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica puesto que, vamos a ser futuros administradores de empresa, lo que representa un valor esencial en lo que queremos emprender y proyectarnos a futuro, creciendo a nivel empresarial y así poder alcanzar las metas trazadas para tener éxito.

La solución de esta investigación es que Natubella es una idea empresarial que suple las necesidades del mercado lo cual son personas que buscan el beneficio de cuidar su piel, gracias a los buenos servicios de asesoría y productos de buena calidad.

BIBLIOGRAFIA

Inexmoda (2019), Informe del sector cosmético de enero de 2019, tomado de <http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/01/informe-gastometria-cosmeticos-enero-2019.pdf>

Estrada K, (2019), Las marcas de belleza que se preocupan por el medio ambiente, tomado de <https://www.thebeautyeffect.com/estilo/las-marcas-de-belleza-que-se-preocupan-por-el-medio-ambiente/>

Estrella digital, (2020), Por qué la cosmética natural es tendencia, tomado de <https://www.estrelladigital.es/articulo/salud-y-bienestar/cosmetica-natural-es-tendencia/20191118134956394623.html>

Thomas D, (2019), 5 tecnologías que están cambiando la industria de la belleza, tomado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48405972>

Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107).

Guerrero, C. D. Q., Ballen, E. L. S., & Manrique, W. J. S. (2008). Diseño de un prototipo de sistema de realidad virtual inmersivo simplificado. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 18(1), 35-50.