

NATURAL INNOVATION S.A.S

Oriana María Bislik Arzuaga

Angy Valentina Martínez Pérez

Darian Yisel Peralta Borja

Contenido

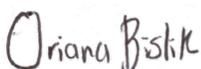
Compromisos del autor	4
Resumen Ejecutivo.....	5
Introducción	6
Objetivos	7
Claves para el éxito	8
Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	9
Objetivos de desarrollo sostenible	10
Teoría de valor compartido Michael Porter	12
Creación de valor compartido NATURAL INNOVACIÓN S.A.S	13
Planteamiento del problema.....	14
Pregunta problema	15
Árbol del problema	16
Análisis pestel	17
Idea de negocio	19
Innovación.....	21
Estudia el mercadeo	22
Segmenta el mercadeo.....	24
Propuesta de valor	26
Diseño del producto	29

Producción.....	33
Prototipo.....	35
Modelo Ruuning Lean de la empresa Natural Innovation S.A.S.....	37
Valida tu idea de negocio.....	38
Objetivos de la investigación.....	39
Tabulación y análisis de la información.....	40
Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	45
Bibliografía.....	46

Compromisos del autor

Yo Oriana María Bislik Arzuaga, identificada con el número de documento C.C 1004273773, estudiante del programa Comunicación social y periodismo declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales

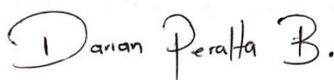
Prácticas.

FIRMA 

Yo Angy Valentina Martínez Pérez , identificada con el número de documento C.C 1007900522, estudiante del programa Comunicación social y periodismo declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

FIRMA 

Yo Darian Yisel Peralta Borja, identificada con el número de documento C.C 1006615343, estudiante del programa Comunicación social y periodismo declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales práctica.

FIRMA 

Resumen Ejecutivo

NATURAL INNOVATION S.A.S es una compañía que fabrica y distribuye ambientadores con aromas deliciosos a bases naturales que además desinfectan nuestros espacios.

Debido a la necesidad que existe hoy en día de eliminar virus y bacterias, incluyendo que en la actualidad debido a la pandemia las personas pasan mucho tiempo en casa y otras en sus oficinas, creamos un producto que pueda eliminar las bacterias y además pueda generar, un ambiente agradable con ricos aromas.

Nuestro objetivo es prevenir y combatir bacterias que afectan nuestro cuerpo a través del ambiente usando un ambientador en spray para evitar el uso indiscriminado del ambientador común; cabe resaltar que nuestro producto es artesanal, es decir no contiene químicos que pueden ser nocivos a nuestra salud.

Introducción

“Desde el comienzo de su historia el hombre ha sabido distinguir los aromas de la naturaleza a través de las plantas y de las flores, esta atracción hacia los olores agradables ha sido la causa de que se intentaran crear otros aromas. Los primeros aromatizantes que el hombre consiguió bajo la forma de humeante incienso, de ahí que la palabra aromatizante significa “a través del humo”.

Los árabes fueron grandes químicos y descubrieron un sin fin de nuevos aromas y técnicas. Los aromas más volátiles son los más agradables mientras que los menos volátiles tienen un olor más penetrante.

Aromatizantes han existido desde la prehistoria en aquel momento estos productos eran naturales y con el paso de tiempo se agregaron nuevas sustancias químicas que agradaban más a nuestro olfato pero que dañaban mucho más nuestro ambiente, comenzando por la capa de ozono. Al mismo tiempo estos productos deterioran nuestra salud con enfermedades respiratorias y cutáneas como alergias. García, Sepúlveda, Silvia, (14 de Enero 2009)

Este proyecto va guiado a las familias ya que este producto es principalmente utilizado en los hogares y ya que hemos afianzado nuestros conocimientos adquiridos en el área de comerciales, así como también hemos desarrollado el pensamiento creativo e innovador en la creación de una empresa comercial NATURAL INNOVATION LTDA que se dedica a la fabricación de ambientadores en spray antibacterial para eliminar los malos olores de vehículos, oficinas, hogares, etc.

Objetivos

General

Prevenir y combatir las bacterias que afectan nuestro cuerpo a través del ambiente usando el ambientador en splash para evitar el uso indiscriminado del ambientador común

Específicos

Promover los beneficios que trae el uso adecuado del ambientador en Sprite Antibacterial en campañas sociales en los diferentes sitios públicos de la ciudad.

Brindar mucha seguridad al utilizar el ambientador ya que este se utiliza sin que nadie más lo haya manipulado.

Claves para el éxito

Crearemos un aromatizante en spray y confiamos en su éxito ya que existe la necesidad de elaborar un aromatizante diferente, puesto que en el ambiente en el cual vivimos está contaminado por desechos tóxicos, humo, gasolina quemada, basura en descomposición, entre otros olores del ambiente que pueden y están afectando la salud de las personas, y que por lo tanto no es de su agrado.

El éxito de nuestro aromatizante en spray, es lograr que las familias tengan en casa un producto de calidad que no dañe su salud y además de ello les genere un ambiente agradable, que combata bacterias como; cocos, vibrios, bacilos entre otras, además de virus y gérmenes producidos por los desechos, aguas estancadas o contaminaciones del ambiente.

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Las necesidades que más percibimos dentro de nuestro sector es la falta de un ambiente con menos contaminación, la adquisición de un producto de buena calidad a un menos precio.

Dentro del sector encontramos oportunidades en la mejora del ambiente, la facilidad de obtención del producto y el impacto positivo que este generaría para la población, más específicamente en el público empresarial, mujeres empoderadas y amas de casa y en públicos que presten servicios de transporte.

Por otra parte nuestro mayor Reto es que la población reciba este producto de manera positiva y además que lo recomienden para de esta forma expandirnos.

Natural Innovation S.A.S comprendiendo la tendencias llevadas a cabo durante este tiempo de pandemia ofrece tutoriales de cómo utilizar nuestro producto, la posibilidad de adquirirlo por medio telefónicos, virtual y de forma presencial atendiendo todas las medidas de bioseguridad.

Objetivos de desarrollo sostenible

Objetivo de desarrollo sostenible 12; PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES El consumo y la producción mundial (fuerzas impulsoras de la economía mundial) dependen del uso del medio ambiente natural y de los recursos de una manera que continúa teniendo efectos destructivos sobre el planeta.

El progreso económico y social conseguido durante el último siglo ha estado acompañado de una degradación medioambiental que está poniendo en peligro los mismos sistemas de los que depende nuestro desarrollo futuro (y ciertamente, nuestra supervivencia).

Estos son algunos hechos y cifras:

Cada año, se estima que un tercio de toda la comida producida (el equivalente a 1300 millones de toneladas con un valor cercano al billón de dólares) acaba pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y minoristas, o estropeándose debido a un transporte y unas prácticas de recolección deficientes.

Si todo el mundo cambiase sus bombillas por unas energéticamente eficientes, se ahorrarían 120 000 millones de dólares estadounidenses al año.

En caso de que la población mundial alcance los 9600 millones de personas en 2050, se podría necesitar el equivalente a casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener los estilos de vida actuales.

La pandemia de la COVID-19 ofrece a los países la oportunidad de elaborar planes de recuperación que reviertan las tendencias actuales y cambien nuestros patrones de consumo y producción hacia un futuro más sostenible.

El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles.

El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono. (Organizaciones de las Naciones Unidas)

Este es el objetivo que identifica nuestra empresa ya que Natura Innovation LTDA busca mitigar los problemas de contaminación ambiental, implementado dentro de los ingredientes para la elaboración del producto aquellos que no afecten nuestro medio ambiente además buscamos que se mantenga en cuanto a producción y consumo y de esta manera los hacer más y mejor con menos.

Teoría de valor compartido Michael Porter

La creación de valor compartido (CVC) consiste en la capacidad de una empresa para ir más allá de satisfacer las necesidades del cliente y abordar necesidades sociales fundamentales a través de su modelo de negocio. El enfoque tradicional ha consistido en dirigir nuestra empresa y pensar en su impacto social como si se tratara de dos conjuntos separados de consideraciones. Como usted señala, esto empezó más enfocado a la filantropía, y evolucionó hasta el voluntariado de los empleados y otras iniciativas que pueden etiquetarse como responsabilidad social corporativa. La idea consistía en ser un buen ciudadano corporativo, evitando causar daño, siendo transparente y operando de una forma sostenible.

Aunque no hay duda de que todas estas cosas siguen siendo importantes, en última instancia, para cualquier empresa, la forma más potente de causar impacto en las cuestiones sociales es a través de la propia empresa: a través de productos y servicios que estén diseñados para crear valor económico y también social. En cierto modo, nada de esto es nuevo: las empresas siempre han intentado satisfacer las necesidades sociales, ya fuera generando empleo, construyendo viviendas o produciendo alimentos; sin embargo, en última instancia, lo que dice esta nueva sensibilidad es que deberíamos pensar en el papel principal de la empresa, como el de “satisfacer las necesidades sociales de forma rentable”. Este es el fundamento del capitalismo, pero, de alguna manera, se perdió por el camino. El concepto de la CVC ha abierto otra vez esta línea de pensamiento, creando todo un nuevo conjunto de oportunidades para las empresas en términos de estrategia y de oferta de productos. (Harvard Deusto)

Creación de valor compartido NATURAL INNOVACIÓN S.A.S

La semejanza que tiene la pequeña empresa Natural innovation es que su principal factor en brindar un servicio de calidad a la sociedad, como lo es nuestro producto (ambientador en spray) el cual le proporcionara a nuestro público poder gozar de un espacio libre de virus, bacterias y que no ocasiona alergias al ser utilizado. Por otra parte buscamos generar oportunidades laborales, hacer alianzas con y crear un organismo de empleo para la sociedad por medio del cual estas personas obtengan un beneficio financiero y promuevan que el producto se extienda ante otros lugares.

Natural innovation también pretende crear grupos de apoyo no solo a sus aliados sino que también a cualquier persona interesada en emprender y a la cual podamos potencializar para la creación de nuevas estrategias en las que no solo nosotros obtengamos ganancias si no que ellos también puedan adquirir y así aplicaríamos la metodología Ganar- Ganar.

Planteamiento del problema

Problema 1

Los aromatizantes han existido desde la prehistoria, en aquel momento estos productos eran naturales y con el paso de tiempo se agregaron nuevas sustancias químicas que agradaban más a nuestro olfato. Al mismo tiempo estos deterioran la salud de cierta manera con enfermedades respiratorias y cutáneas como alergias.

Problema 2

En los aromatizantes con el paso de tiempo se agregaron nuevas sustancias químicas que agradaban más a nuestro olfato pero que dañaban mucho más nuestro ambiente, comenzando por la capa de ozono.

Problema 3

En el ambiente encontramos distintos aromas que no son de agrado para el público.

Solución

El proyecto se realizará con el fin de mejorar estos productos en aerosol que como lo vimos anteriormente daña la salud y el ecosistema. Los beneficios de este producto serán mucho para las familias que actualmente utilizan los aromatizantes convencionales y que ahora podrán utilizar este nuevo aromatizante ya que no dañara en absoluto la salud de ningún integrante de la familia ni mucho menos causara afectaciones a nuestro ecosistema. Además, se mitigarán los malos olores.

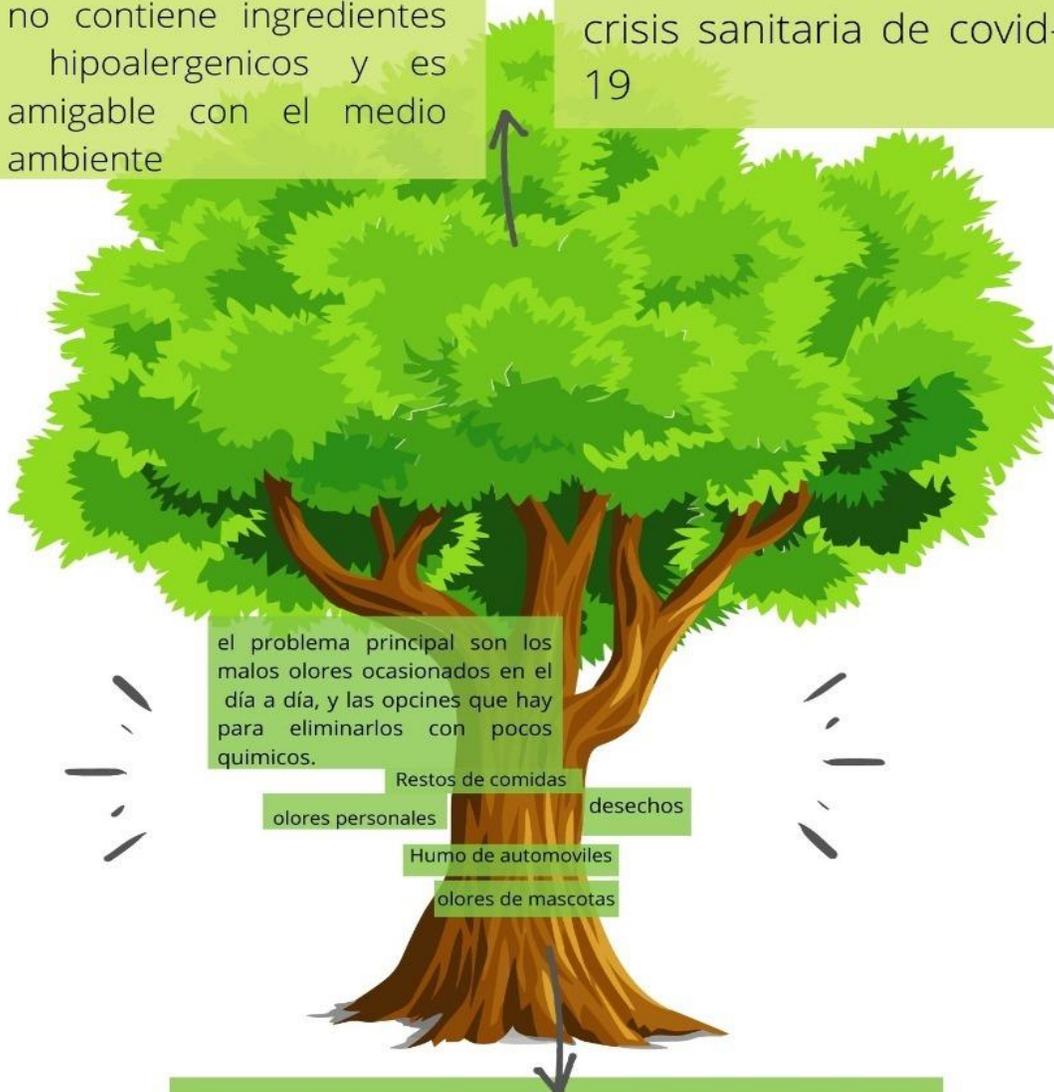
Pregunta problema

¿Existe una manera de mitigar los malos olores del ambiente sin excesos de químicos que puedan afectar este y la salud de las personas?

Árbol del problema

olores no deseados, que no son agradables nos llevan a buscar opciones para eliminarlos, nuestra opción es la mejor ya que no contiene ingredientes hipoalergenicos y es amigable con el medio ambiente

En estos tiempos también es necesario desinfectar las superficies, debido a la crisis sanitaria de covid-19



Diferentes factores pueden ocasionar los malos olores en nuestro ambiente diario, además de las bacterias que siempre tenemos cerca y que pueden ser dañinas

Análisis pestel

Político:

- “Resolución 31313 del 5 de agosto 1998. Por la cual se adoptan las normas de fabricación de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.”
- “Resolución 1370 del 22 de octubre de 2010. Formatos para la notificación sanitaria obligatoria (NSO) de productos de higiene doméstica, y absorbentes de higiene personal, su renovación, reconocimiento y cambios; y la estructura correspondiente del código de identificación NSO”
- “Resolución 1229 del 23 de abril 2013. Por la cual se establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano.”
- “Resolución 3772 del 24 de septiembre de 2013. Por medio de la cual se establecen los requisitos para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos. Deroga la resolución 785 de 2013.”
- “Resolución 34419 del 20 de noviembre de 2013. Por la cual se reglamenta el procedimiento para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos que no cuenten con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria.”

Económico

(EL TIEMPO 2020) “En este sentido, el presidente expidió el decreto número 463 del 22 de marzo de 2020 en el que 53 bienes de los sectores de la salud, la higiene y de saneamiento básico tendrán 0% de arancel temporalmente.”

Debido a la pandemia que se está presentando el incremento de personas que requieren productos que eliminen bacterias ha aumentado considerablemente.

Ambiental

Nuestro producto es completamente natural, además ayuda al ambiente, todos somos conscientes del daño que está sufriendo nuestro planeta con tantos productos que lo contaminan, por tal motivo nos solidarizamos y traemos al mercado uno que contribuyera al cuidado de este.

Tecnológico

Con los avances tecnológicos hemos podido expandirnos a mas lugares, además con plataformas como Instagram es más sencillo llegar al público, las redes sociales se han vuelto un auge importante para muchos distribuidores, hace mucho más sencillo el trabajo.

Pablo Herrero 12 abril, 2016 “El software y el hardware han ayudado a ahorrar tiempo y dinero a los negocios del siglo XXI, al facilitarles palancas para innovar en sus procesos de gestión y venta mediante avances tecnológicos que les lleven a ser más competitivas y dinamizar significativamente su negocio. Es indudable que la tecnología ha revolucionado los negocios.”

Zulma Milena Angulo Martínez y Paula Andrea Ceballos Granados Universidad EAFIT de Medellín (2018)

Idea de negocio

ESCALA DE VALORACION								
Interés/disposición afirmaciones	f				v	A	B	C
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5	0	1	0
no me incomodaría decirle a otro que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5	0	2	0
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5	0	3	0
Considero que en seis meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5	2	4	8
N° total de afirmaciones valoradas en						2	5	10

¿Cuál es el producto o servicio?	Un ambientador anti bacterial
¿Quién es el cliente potencial?	Amas de casa, conductores, trabajadores de oficina.
¿Cuál es la necesidad?	Elaborar un producto que no dañe el medio ambiente, ya que en el que vivimos actualmente está contaminado por desechos tóxicos, humo, gasolina quemada, basura en descomposición entre otros olores del ambiente.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Por medio de un spray que se encarga de eliminar los virus y bacterias que se encuentran en el medio ambiente.
¿Porque lo preferirían?	Porque no daña el ambiente, por su precio asequible, su facilidad de uso y sus aromas.

Innovación

ALTERNATIVAS DE PRODUCTO.

En nuestra primera alternativa existe la posibilidad de crear un producto que cumpla con dos funciones al mismo tiempo. Sería que el envase sea dúo en donde una parte contenga antibacterial y en la otra contenga aromatizante, de esta manera las personas tendrán la posibilidad de escoger que quiere utilizar en el momento.

En nuestra segunda alternativa existe la posibilidad de crear un producto que cumpla con dos funciones al mismo tiempo. Sería que el envase sea dúo en el contengan dos aromas diferentes (cada mitad con un aroma diferente) de esta manera las personas tendrán la posibilidad de escoger que quiere utilizar en el momento.

Nuestra tercera alternativa, se implementarían accesorios que vinieran con el producto, ya sea estuches y llaveros

En nuestra cuarta alternativa crearíamos un producto que sea desinfectante para las superficies de carros.

Con base a las propuestas anteriores, podemos afirmar que nuestro producto es de total de innovación, ya que es algo que no se encuentra disponible en el mercado, en cuanto al producto que ofrecemos NATURAL INNOVATION S.A.S

Estudia el mercadeo

Nombre de la empresa: natural innovación S.A.S

Actividad económica: venta de ambientadores en spray

Tamaño de la empresa: pequeño

Lugar de ubicación: Santa Marta – Magdalena

Análisis de la demanda

Nuestros usuarios son principalmente familias, con un estilo minimalista que busquen generar un buen ambiente en su hogar, pero sin dañar más el ecosistema del planeta.

Los usuarios apuntan siempre a la preservación de su salud, al cuidado mismo y el de las personas que los rodean, adquiriendo así no solo un producto con un delicioso olor, si no que ayudara a la desinfección del área en la que se encuentran.

El tamaño del mercado es amplio, sin embargo, hay espacio para nuestros productos ya que muy pocos aromatizantes son amigables con el medio ambiente, y ofrecen desinfección al mismo tiempo.

Análisis de la oferta

Eliminador de olores de la marca Familia es un producto que cancela los malos olores y hasta el 99% de las bacterias, esta compañía realiza estrategias internas y alianzas externas para sacar adelante procesos, productos y planes sociales novedosos.

“Buscamos constantemente formas de trabajar con otras instituciones, universidades y organizaciones, y de involucrar a los empleados en los procesos para hacer proyectos con mayor

impacto y dar respuesta a los desafíos de un mercado en evolución”, señala Nicolás Osorio, director de Innovación de Grupo Familia.

Nuestra empresa se caracteriza por la naturalidad en sus productos, elaborados de una manera más artesanal lo cual lo hará más cercano a los clientes, nos diferencia la naturalidad de nuestros procesos manteniendo la calidad de los productos, y lo más importante; sin excesos de químicos que dañan nuestra salud y nuestro entorno, que son un diferenciador muy importante.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio	Ubicación
Familia	Eliminador de olores para baños	10.900	Elimina el 99% de las bacterias	Colombia
Glade	Eliminador de olores aromatizantes	11.5000	Elimina el 99.9% de virus, bacterias y gérmenes.	Colombia

Los proveedores que necesitamos para nuestros productos son principalmente de inciensos y productos antisépticos como alcohol, también uno de nuestros requisitos es apoyar proveedores locales realizando alianzas con estos mismos.

Los medios de distribución también serán principalmente en empresas locales, y a nivel nacional por medio de nuestra tienda virtual.

Segmenta el mercadeo

Bondades del producto:

Buena calidad.

Precio asequible.

Ingredientes naturales.

Elaborado con amor, pensado para todos.

Elimina el 99.9% de bacterias.

Su distribución es 100% segura.

Útil para todas las edades.

No daña la piel.

Buyer persona

	<p>Me dan miedo los insectos, las alturas, los espacios reducidos.</p>	<p>Deseo tener un hogar, mis hijos y esposo, estar tranquila y en paz.</p>
<p>Soy de Santa Marta-Colombia, tengo 23 años.</p>	<p>Estoy estudiando y es importante porque me ayudara a salir adelante.</p>	<p>Sin importar los obstáculos siempre busco alternativas</p>
<p>Frase favorita:</p>	<p>Siempre presenta tu mejor sonrisa.</p>	

Didier es una persona respetuosa, tolerante, solidaria, no piensa en sí mismo solamente y cree plenamente en sus capacidades.

Un cliente dependiendo a su entorno se puede encontrar en distintas situaciones que requieran tener un producto de cuidado personal, como, por ejemplo, si se encuentra en una oficina tendría contacto con muchas personas y dispositivos electrónicos que comúnmente están cargados de partículas bacterianas que pueden ser perjudiciales y que muchas veces no se les da la debida importancia. Las necesidades básicas son combatir las bacterias que se encuentran en el ambiente diariamente, es un producto totalmente natural y útil para aquellas personas que sean amantes a la limpieza y cuidado. El producto se ajusta adecuadamente a Didier, ya que, busca tener un hogar y estar tranquilo, y que mejor que hacerlo en un ambiente libre de bacterias.

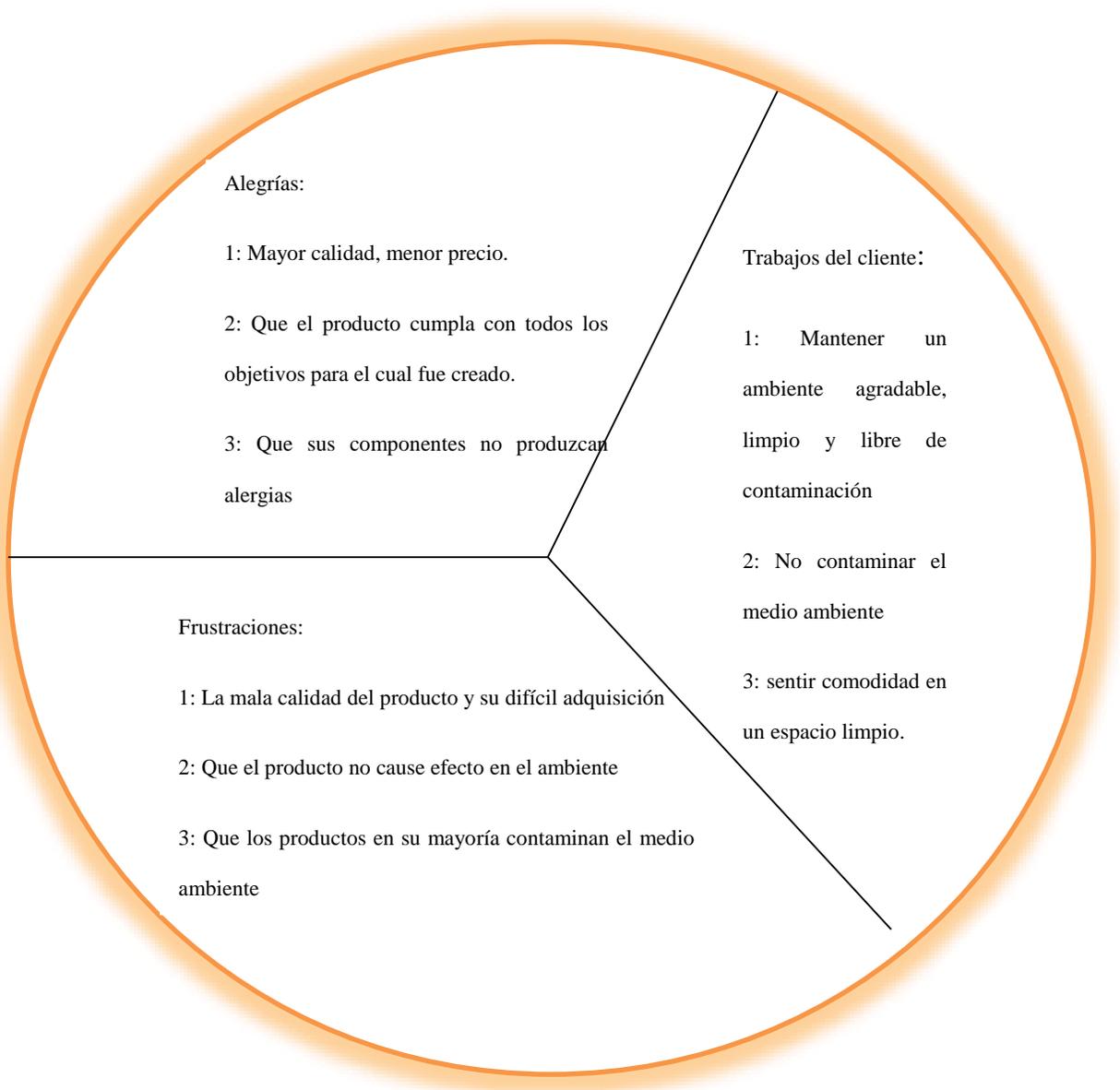
Propuesta de valor

Perfil del cliente

Trabajo del cliente ↓

Alegrías ↓

Frustraciones ↓

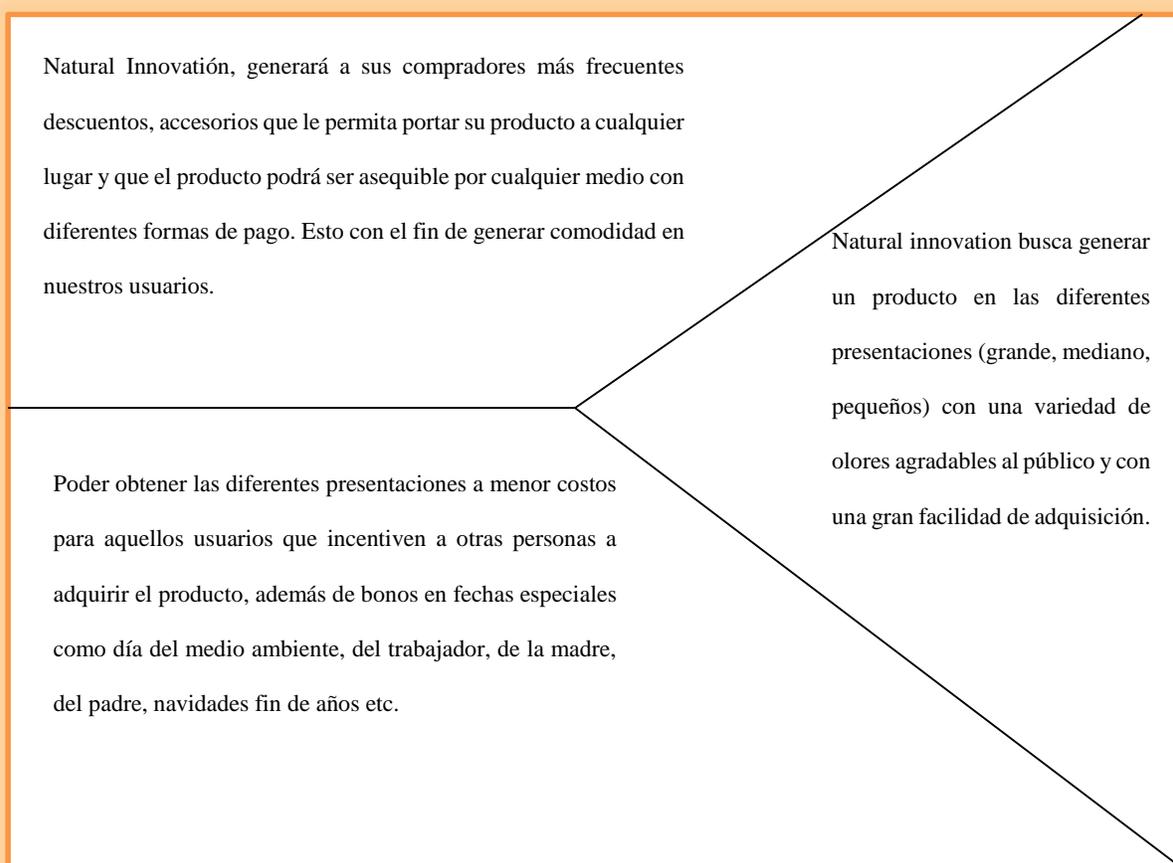


Mapa de valor

Producción y servicio ↓

Generadores de alegrías ↓

Aliviadores de frustraciones ↓



Encaje

Trabajo del cliente ↓

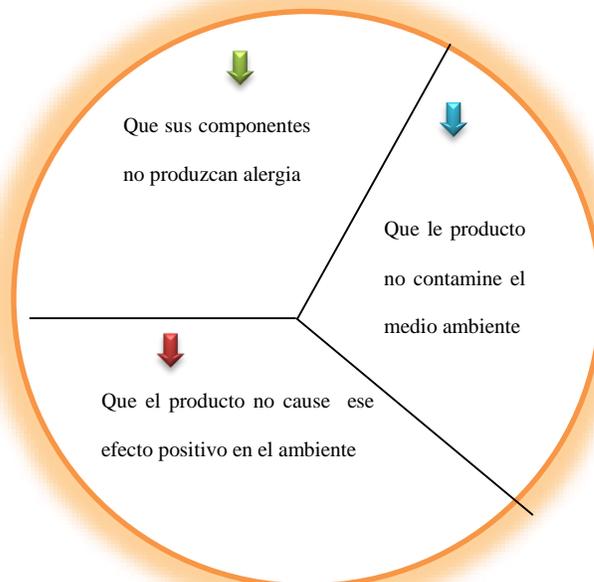
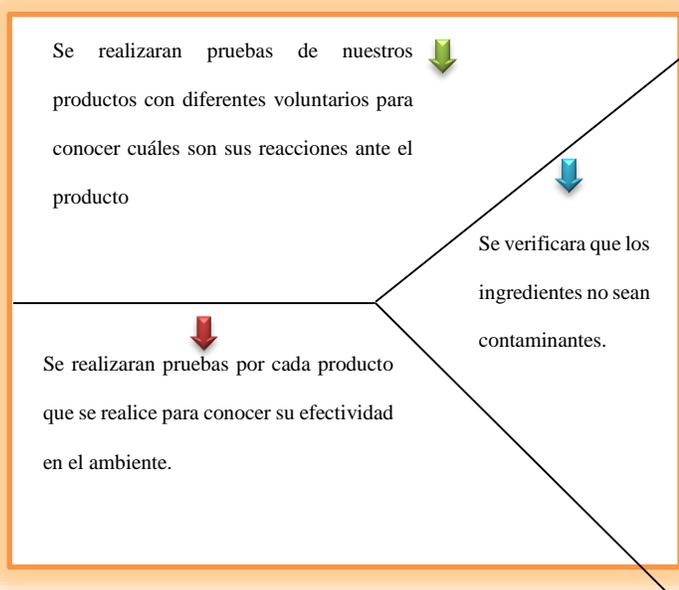
Alegrías ↓

Frustraciones ↓

Producción y servicio ↓

Generadores de alegrías ↓

Aliviadores de frustraciones ↓



Diseño del producto

Definición Estratégica

LEY 789 2002: Normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social (Art. 40 específicamente el cual crea el FONDO EMPRENDER FE)

DECRETO 934 DE 2003: Este decreto reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. el cual es una cuenta independiente y especial adscrita y administrada por el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena y cuyo objeto exclusiva

DECRETO 1545 DE 1998: Reglamenta los Regímenes Sanitarios, establece pautas para el Control de Calidad y la Vigilancia de los Productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico. (Te da el marco normativo para moverte y saber las condiciones de calidad que debe tener tu producto y te dice las atribuciones del INVIMA que es quien te controla)

LEY 1780 de 2016: Promueve la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes

2. Diseño de concepto

Inciensos frutales	Cítricos, dulces, relajantes sensuales
Envases en spray	25ml-50ml-75ml-100ml
Aromatizantes a bases naturales	Manzanilla, limón, romero, menta, chicle, naranja, canela, vainilla, coco, lila, piña.
Alcohol étílico	De 70°
Colorantes vegetales	<p>Marrón: Té negro, café, cacao</p> <p>Naranja: Zanahoria cascaras de naranja, melocotón</p> <p>Amarillo: azafrán, cúrcuma, piña</p> <p>Azul: arándanos, moras negras</p> <p>Morado: remolacha, moras negras</p>
Agua	Por mililitro según envase ej: envase de 25ml, agua 7ml
Agua destilada	Por mililitro según envase ej: envase de 25ml, agua destilada 2,5ml

Diseño en detalle

A continuación, se hará una descripción posible de cómo se realizará el producto.

Pasos:

Se usará una taza, frasco o envase. Agregar los ingredientes al recipiente, cubre con agua. Ahora debemos dar calor a la mezcla para conseguir la fragancia, para esto hay muchas opciones.

Podemos colocarla en la tapa de la estufa, relleno con más agua a medida que se evapora.

Podemos calentar la mezcla en una olla de cocción lenta, que mantendrá la mezcla caliente y olorosa, colocándola una vez en su punto en la estancia que queramos perfumar. Podremos hacer esto con la mezcla 2 o 3 veces.

Ambientador de Limón, romero y vainilla

Ingrediente	Cantidad
Ramitas de romero	3
Limones	2
Extracto de vainilla	1 cucharada

Ambientador de Naranja, Canela, Especias, piña

Ingrediente	Cantidad
Naranja	1
Ramitas de canela	2 ramitas
Clavo de olor	½ cucharadas
Pimienta	½ cucharadas
Pimienta de Jamaica	¼ cucharadas

Receta 3: Ambientador de menta y chicle

Ingrediente	Cantidad
Limas	3
Ramitas de tomillo	3 o 4 ramitas
Extracto de menta	½ cucharadas
vainilla	1 cucharada

Producción



Nombre de la empresa	Natural innovation S.A.S
Indicación	Ambientador en spray
Lema	Spray antibacterial, ambienta tu espacio y siéntete libre.
Precaución	Mantenga el en base cerrado, no lo exponga al calor, no lo aplique cerca de los ojos, manténgalo fuera del alcance de los niños, si nota alguna reacción no favorable suspenda su uso.
Ingredientes	aromatizantes a bases naturales, inciensos frutales, envases en spray tamaño grande, mediano y pequeño, alcohol etílico, colorantes vegetales, agua destilada, agua
Integrantes	Oriana Bislik, Valentina Martínez Darian Peralta

Fase del producto: Introducción

Prototipo

-Características del producto: Existe la necesidad de elaborar un aromatizante diferente, puesto que en el ambiente en el cual vivimos está contaminado por desechos tóxicos, humo, gasolina quemada, basura en descomposición, entre otros olores del ambiente.

Nuestro producto desea que las familias tengan un aromatizante de calidad que no dañe su salud y además de ello genere un ambiente agradable con sus deliciosos aromas.

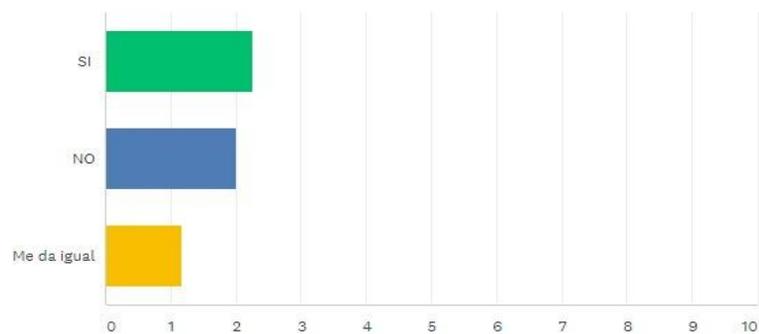
- Características del prototipo: es un envase tipo espray, sencillo, fácil de llevar a diferentes lugares y lo más importante, con un delicioso aroma a Chicle, que además desinfecta nuestros espacios.

El cliente interactúa con el prototipo en su vida cotidiana, lo usa en su hogar, después de limpiar sus espacios y también en su medio de transporte.



¿Usarías un eliminador de olores que también desinfecte el ambiente?

Respondidas: 25 Omitidas: 0



	1	2	3	TOTAL	PUNTUACIÓN
SI	58,33 % 14	8,33 % 2	33,33 % 8	24	2,25
NO	12,50 % 1	75,00 % 6	12,50 % 1	8	2,00
Me da igual	0,00 % 0	16,67 % 1	83,33 % 5	6	1,17

Modelo Ruuning Lean de la empresa Natural Innovation S.A.S

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja especial o competitiva	Segmento de clientes
<p>Los clientes mayormente pueden presentar problemas con los virus y bacterias que están en el entorno, ya que, les pueden generar enfermedades o desagrado. Algunas veces personas presentan problemas de la piel o son alérgicas algún producto químico que puede ser a un costo exagerado.</p>	<p>Ayuda a prevenir y combatir las bacterias como la Pseudomonas aeruginosa, la Staphylococcus aureus y la Eschericia coli que afectan nuestro cuerpo.</p> <p>Es amigable con todo tipo de piel.</p> <p>Su precio es asequible.</p>	<p>Este producto es amigable con el medio ambiente y con el bolsillo de los clientes, además, cada uno tendrán dos aromas diferentes, distintos accesorios para cargarlos en cualquier lado y lo más importante es que pensamos en las necesidades de cuidado de los clientes.</p>	<p>“Ambienta tu espacio, siéntete libre, aleja las bacterias y cuida el medio ambiente.”</p>	<p>Población entre los 15 a 60 años, género femenino y masculino, con estrato económico de 1 a 4, en la ciudad de Santa Marta-Colombia. De acuerdo con el DANE, Santa Marta en el Censo de año 2018 se quedó próximo a llegar al medio millón de habitantes, cifra que según las proyecciones fue superada en el 2019, y que avanzará hasta los 538 mil 612 habitantes al final de este año; El más reciente informe de proyección de población del DANE ubicará así a Santa Marta dentro del listado de 15 ciudades con más de 500 mil habitantes. Por lo tanto cumpliría con los estándares de población inicial para comenzar este proyecto de producción.</p>
<p>Estructura de costos Gastos por mercadeo: 3.000.000 Pagos del local: 500.000 Materiales consumibles: 5.000.000 Sueldo de empleados: 1.000.000 Total aprox: 9.500.000</p>	<p>Métricas Clave</p> <p>Las decisiones se tomaran en base a la cantidad de compras que se realicen mensualmente, los comentarios de los clientes y el buen o no funcionamiento de los canales de distribución.</p>		<p>Canales Habrá canales tanto físicos como virtuales para la distribución del producto. Por medio de la red social Instagram y página web, y en cuanto al físico estarán pequeños puntos de venta en los centros comerciales donde los clientes se podrán acercar y obtener el Spray antibacterial.</p>	
				<p>Fuentes de ingresos Daviplata NEQUI Consignación bancaria Efecty Efectivo (en puntos presenciales)</p>

Valida tu idea de negocio

Validación de la pregunta problema:

¿Existe una manera de mitigar los malos olores del ambiente sin excesos de químicos que puedan afectar este y la salud de las personas?

Idea de validación:

¿Cuáles son los químicos que afectan el medio ambiente, y por ende la salud de las personas?

¿Qué esencias producen alergias, afectan la salud de las personas, infectan el medio ambiente y no mitigan los malos olores?

La investigación del método de validación se hará de manera cualitativo puesto que a través de una encuesta queremos saber cuál será el impacto que tendrá la validación de la pregunta problema para poner en marcha nuestra idea de negocio Natural Innovación S.A.S.

Objetivos de la investigación

Con esta investigación nos ayudara a conocer las intenciones de compra de nuestros consumidores, y así lograr una correcta planeación y organización dentro de la empresa, además descubrir datos que serán de mucha ayuda para satisfacer las necesidades del cliente tanto en el servicio como en lo económico, beneficiándonos de esto también.

Tipo de investigación:

Nuestra investigación será de tipo Cuantitativa, ya que buscamos analizar una realidad objetiva y tener un manejo numérico de la información para ser más acertados en nuestras decisiones

Técnica y formulario de encuesta:

Nuestra técnica será un panel de consumidor.

Formulario:

¿Usas o has usado ambientadores para tu hogar/carro u oficina? SI / NO

¿Cuántos ambientadores usas al mes? 1- 2- 3- 4 o más- Nunca

¿Cuántas veces al día usas ambientadores? 1- 2- 3 o más- Nunca

¿Es indispensable la compra y uso de un ambientador para ti? Si/ No

¿Desde qué edad empezaste a usar ambientadores? Entre 15- 30 años Entre 30- 45 años Entre 45- 60 años Nunca

¿Considerarías pasar de un ambientador químico a uno artesanal que cuide el planeta y tu salud?

Si/ No

Tabulación y análisis de la información

17/11/2020

NATURAL INNOVATION LTDA

NATURAL INNOVATION LTDA

Ambientadores en Spray Antibacterial para eliminar los malos olores de vehículos, oficinas, hogares, etc.

*Obligatorio

1. Dirección de correo electrónico *

2. ¿Usas o has usado ambientadores para tu hogar/carro u oficina? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

3. ¿Cuántos ambientadores usas al mes? *

Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4 o más
 Nunca

17/11/2020

NATURAL INNOVATION LTDA

4. ¿Cuántas veces al día usas ambientadores? *

Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3 o más
 Nunca

5. ¿Es indispensable la compra y uso de un ambientador para ti? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

6. ¿Desde que edad empezaste a usar ambientadores? *

Marca solo un óvalo.

- Entre 15-30 años
 Entre 30-45 años
 Entre 45-60 años
 Nunca

7. ¿Considerarías pasar de un ambientador químico a uno artesanal que cuide el planeta y tu salud? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 No

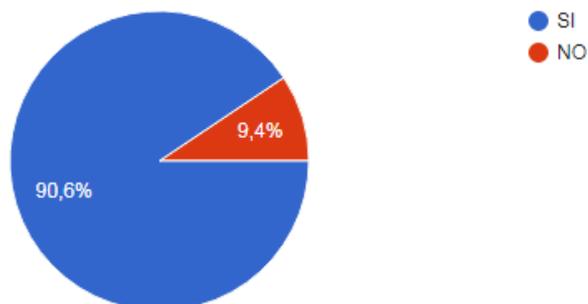
https://docs.google.com/forms/d/17uGfzbi7w-Gt_8kStKSVz5Ww4kMnBSYRjryli/edit

2/3

<https://forms.gle/ZhvL1or38gPPmD1p6>

Grafica 1.

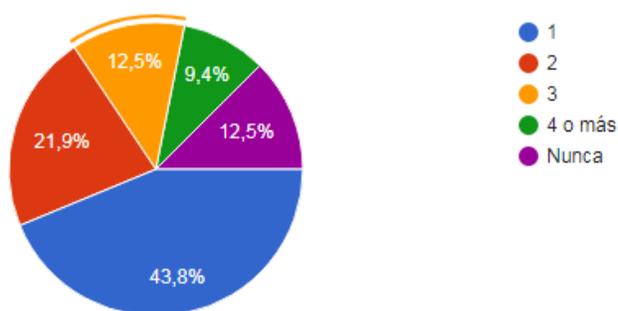
¿Usas o has usado ambientadores para tu hogar/carro u oficina?



En el primer grafico se pueden observar que el 90,6% de personas que realizaron la encuesta han usado ambientadores en sus vehículos, oficinas u hogar, lo cual es gratificante, ya que, nos muestra un resultado positivo y motivante para seguir con nuestro proyecto. Solo el 9,4% no han utilizado productos ambientadores.

Grafica 2.

¿Cuántos ambientadores usas al mes?

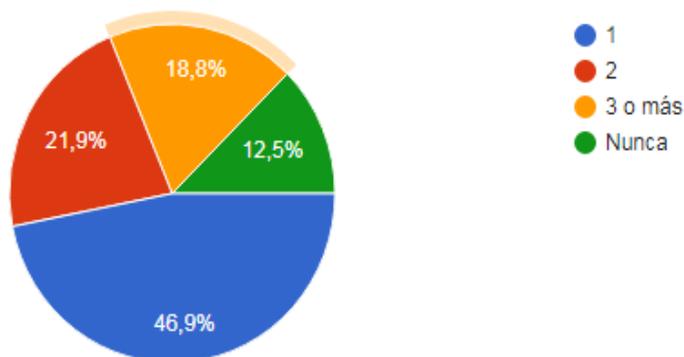


Se puede apreciar en el segundo grafico que un 43,8% de personas han usado un ambientador por mes, el 21,9% dos veces, el 12,5% tres veces, el 9,4% cuatro o más veces y por

último el 12,5% no han utilizado ambientadores.

Grafico 3.

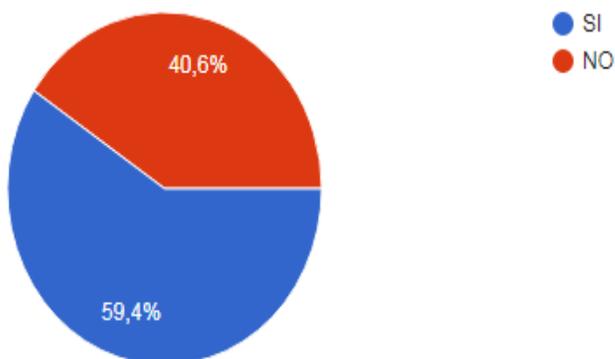
¿Cuántas veces al día usas ambientadores?



Se puede observar que un 46,9% de personas solo utilizan una vez al día ambientador, el 21,9% dos veces, el 18,8% tres veces o más y un 12,5% nunca han utilizado un ambientador.

Grafico 4.

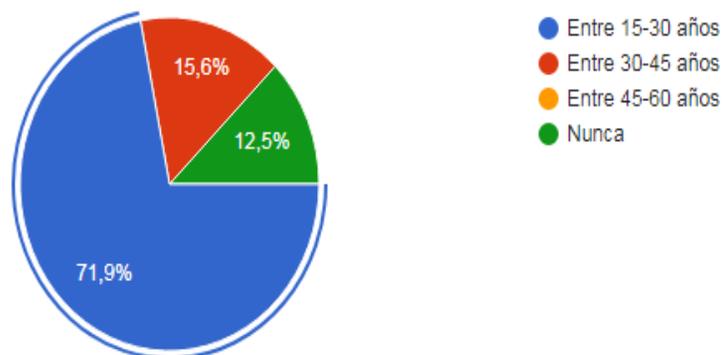
¿Es indispensable la compra y uso de un ambientador para ti?



El 59,4% de personas afirman que, si es indispensable la compra y uso de un ambientador para ellos, por el contrario, el 40,6% aludió que no lo era.

Grafica 5.

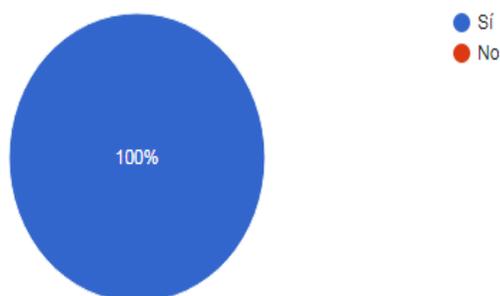
¿Desde que edad empezaste a usar ambientadores?



Según la gráfica anterior el 71,9% empezaron a usar ambientadores en una edad entre los 15 y 30 años, el 15,6% entre los 30 y 45 años, y el 12,5% nunca los han usado.

Grafica 6.

¿Considerarías pasar de un ambientador químico a uno artesanal que cuide el planeta y tu salud?



El 100% de personas afirmaron que, si se pasarían de un ambientador químico a uno artesanal, lo cual es muy gratificante para nuestro proyecto empresarial, ya que, nuestro principal propósito es crear ambientadores naturales en pro del cuidado del medio ambiente y la salud de los compradores.

Lecciones aprendidas y recomendaciones

Con esta investigación aprendimos como realizar de manera correcta un proyecto empresarial para así obtener resultados positivos, de igual forma, aprendimos cual es el proceso de creación de una empresa, el cual nos permitirá saber lo que queremos brindar y lo que espera el consumidor del producto, que beneficios desea obtener.

Es importante tener en cuenta que los productos constantemente necesitan ser innovados de tal manera que ofrezcan una nueva visión al consumidor, un producto actual y diferente a los existentes en el mercado. Además, se debe tener en cuenta que para dicho proceso se debe realizar un estudio de mercado, de tal forma que se apliquen métodos que nos permitan conocer que es lo que le gustaría al consumidor.

Es importante recomendar que al momento de realizar cualquier trabajo que conlleve a la creación de un producto, el principal objetivo tiene que ser el beneficio de los clientes y la empresa.

Bibliografía

<https://www.marthadebayle.com/v3/radiov3/nospusimosserios/filosofia-japonesa-con-carlos-kasuga/>

<https://hogar.uncomo.com/articulo/como-hacer-un-ambientador-casero-16562.html>

<https://twenergy.com/a/5-formas-de-fabricar-un-ambientador-natural-y-ecologico-1239>

http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2018/10/17/226282.ph

p

