



NATURALMENTE K.D

“Amor por tu piel”

Suesca, vereda Tenería

Telefono:3224200618

NaturalmenteK.Dgmail.com

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Karen Dayana Garzón Lancheros y Lizeth Dayana Penagos Rojas con cédula de identidad 1077146601 de Chía (Cundinamarca) 1078350727 de Suesca (Cundinamarca) y alumnas del programa académico Administración de empresas, 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: KAREN DAYANA GARZON LANCHEROS

Firma: LIZETH DAYANA PENAGOS ROJAS

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	6
INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVO GENERAL.....	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	8
CLAVE PARA EL ÉXITO	8
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
Objetivos de Desarrollo sostenible	10
Teoría de valor compartido.....	11
Tecnología disruptiva	11
Análisis del sector económico	11
Politico:.....	12
Económico.	12
Social	13
Tecnología.	13
Ecológico.	14
Legal.	15
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA NECESIDAD, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD	15

ÁRBOL DE PROBLEMAS.	15
Pregunta de investigación	15
.....	17
Descripción de la idea de negocio	17
 FACTOR DE INNOVACIÓN.....	 18
 FUERZAS DE PORTHER	 18
 ENTORNO DE LA EMPRESA	 20
Contextualización de la empresa	20
Análisis de la demanda	20
Análisis de la oferta	21
Análisis de la comercialización.	22
Análisis de los proveedores	22
.....	23
 PROPUESTA DE VALOR	 24
 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	 24
Buyer persona	25
 FICHA TÉCNICA	 27
Ciclo de Vida.	29
Definición estratégica.	29

DISEÑO DE CONCEPTO	29
Tecnologías y materiales	29
FUNCIONAMIENTO Y MORFOLOGÍA.....	30
SESIÓN DE GRUPO	30
DISEÑO EN DETALLE	31
PROCESO DE FABRICACIÓN	31
Cadena de distribución	32
Ruta del mercado	32
Productor.....	32
Recursos propios y terceros	32
Costos de producción.....	33
VERIFICACIÓN Y VALIDACIÓN	33
Estrategia	33
Ensayos y pruebas con usuarios	33
Producción	34
Producción	34
VALIDACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO	35
Objetivo de investigación:	35
Tipo de investigación:.....	35
Tabulación y análisis de la información	35

LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES	41
Recomendaciones:	42
BIBLIOGRAFÍA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

Resumen ejecutivo.

Naturalmente K, D es una pequeña empresa que pertenece al sector de productos totalmente naturista que tiene como objetivo conocer las problemáticas más comunes de la piel, para ofrecerle al cliente un producto de calidad y queriendo satisfacer las de las necesidades de los clientes. Manteniendo la política de que nuestros productos sean totalmente naturales, ofreciendo la mejor calidad e innovación de nuestros jabones para cumplir con las necesidades y problemáticas de la piel. La calidad de nuestro producto y la eficacia de la misma ara que nuestros productos logren cumplir con nuestros objetivos y superar los obstáculos y lograr el posicionamiento en el mercado.

Introducción

NATURALMENTE K.D somos una pequeña empresa dedicada a la elaboración de productos totalmente naturales con beneficios para la piel y mejoramiento de la misma, entre los beneficios de utilizar nuestros productos se encontrara el mejoramiento de la dermatitis, el mejoramiento o eliminación del acné, hidratación en piel reseca entre otros. Garantizamos que nuestros productos son 100% naturales y elaborados de la forma tradicional para mantener la calidad y beneficios del mismo. Nuestros objetivos principales es alcanzar gran reconocimiento en el mercado manteniendo nuestra calidad y eficacia, para ello establecemos metas de corto, mediano y largo plazo para dar cumplimiento a nuestros objetivos.

Objetivo general

Identificar las problemáticas en la piel más comunes para así lograr la eficiencia de nuestro producto cumpliendo con las necesidades de los clientes.

Objetivos específicos.

- Dar a conocer nuestro producto a través de tiendas y medios virtuales para un futuro reconocimiento.
- Alcanzar un posicionamiento estable en el mercado para el año 2021.
- Lograr abarcar el 20% de los municipios de Cundinamarca para el año 2026.

Clave para el éxito

Naturalmente KD nos enfocamos en innovar en cuanto a la forma natural de elaborar nuestros productos sin afectar la calidad. Nuestra clave para el éxito está enfocada en la calidad y mejoramiento de los productos naturista para cubrir las necesidades de nuestros clientes y posibles clientes, queriendo ser diferentes a nuestras competencias en cuanto a la calidad y eficacia de nuestros productos, teniendo ideas innovadoras como el mostrarle al cliente como es el proceso de elaboración de nuestros productos naturistas , mediante nuestros canales de comunicación y plataformas digitales, también realizando capacitaciones y cursos de enseñanza de la elaboración de nuestros jabones. Una función innovadora de la venta de nuestro producto queriendo es que se realiza de forma virtual mediante la plataforma y redes sociales queriendo así que nuestro cliente tenga la facilidad de adquirirlos. Nuestra clave del éxito también está enfocada en el cumplimiento de nuestras políticas y criterios de calidad para cumplir así de la elaboración de nuestro producto garantizando el 100% elaborado con productos naturales.

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Evidenciamos que la población del género femenino de promedio de edad de los 20 a 50 años, con un nivel de estrato 2, que sus funciones del hogar o trabajo en servicios doméstico sufren de dermatitis y al utilizar productos de limpieza como el jabón, blanqueador entre otro tipo de productos que afectan o incluso aumentan la gravedad o nivel de dermatitis, que son más frecuentes en zonas como las manos. Para este tipo de población y causa en la piel se puede ir solucionando mediante nuestros productos ya que tienen beneficios para el control y mejoramiento de la dermatitis en la piel. Por otro lado también en investigaciones se encontraron que las personas jóvenes de promedio de edad de los 15 hasta los 25 sufren de acné en diferentes partes del cuerpo siendo la cara y espalda las zonas más comunes donde se presenta, esta población se encuentra en un nivel económico promedio de 2 o 3. En otro lado ay población que sufre de resequedad en la piel, evidenciando que algunas de las causas es la pérdida de agua en la piel haciendo que la piel se reseque a tal nivel de que se pueda presentar heridas.

Este tipo de problemáticas comunes que se presentan en la piel, nace Naturalmente K.D donde su objetivo es cuidar y abastecer la necesidad de diferentes poblaciones, ofreciendo productos 100% naturales, con la mejor calidad, garantizando que los beneficios que contienen nuestros productos naturales son eficaces, y mejoran las condiciones que se presentan en la piel, dando la solución más sana para este tipo de problemáticas presentadas.

Por último Naturalmente K.D se enfoca también en la problemática global que se vive en la actualidad que es el virus Covid19, donde este virus puede ser contagiado mediante diferentes mecanismos y formas. La organización mundial de la salud da a

conocer cuidados básicos para la prevención de contagio, pero importantes como son el lavado de manos, para esta problemática actual Naturalmente K.D queremos garantizar que con nuestros productos van a tener una mejor efectividad a la hora de eliminar tipos de virus y bacterias sin perder el objetivo principal que es el cuidado de la piel, nuestros jabones naturales ofrecen la efectividad de la eliminación de los virus y bacterias que podemos adquirir en nuestras funciones cotidianas y ofrece beneficios como hidratación y mejoramiento de la piel.

Planteamiento del problema

La piel conforma la capa límite exterior entre el ser humano y el medio ambiente, y en este lugar tan expuesto actúa por una parte como barrera, La falta de conocimiento en el momento de presentar imperfecciones en la piel con lleva a que las personas no den el cuidado adecuado y presenten problemas más graves en ella.

Objetivos de Desarrollo sostenible

Nuestro objetivo de desarrollo sostenible se enfoca en la utilización de productos naturales que se cosechan durante los procesos de la obtención del producto queriendo así mitigar gastos e inversiones en la compra de las materias primas que se utilizaran para la elaboración de los productos que ofrecemos, estos son cultivados orgánicamente para así mismo evitar contaminaciones directas al medio ambiente, también dando al cumplimiento de que nuestros productos son 100% naturistas y garantizando así la eficacia en cuanto a las problemáticas de la piel.

Teoría de valor compartido

Nuestra idea de negocio es totalmente innovadora y satisface las necesidades de las poblaciones que se ven afectadas por problemas o dificultades en la piel, queriendo así garantizarles a nuestros clientes la eficacia y calidad de nuestros productos.

Demostrando así evidenciar que al manejar esta teoría de valor compartido cumplimos con el abastecimiento de las necesidades planteadas, y se evidencia que nuestros productos y elaboración de ellos evitan la contaminación y utilización de productos que afectan al medio ambiente, velando por la sostenibilidad de la empresa e innovación de la misma manejando procesos naturales y materias primas naturales que se elaboran dentro de la organización Naturalmente K.D.

Tecnología disruptiva

NATURALMENTE K, D innova los procesos de la elaboración y producción de jabones naturista para brindarle al cliente la mejor calidad y la eficiencia de los beneficios de nuestro producto, también aplicado medios tecnológicos de comunicación y compra de nuestro producto ya que se tiene proyectado realizar una app para que a nuestros clientes se les facilite la compra de nuestro producto. Al igual que en nuestras redes sociales mostraremos los beneficios, la calidad y eficiencia de ellos, también se les dará a conocer el proceso de elaboración de los jabones para certificar que es 100% naturales, y brindarle al cliente confianza en la compra y satisfacción.

Análisis del sector económico

En la actualidad se puede evidenciar que el mercado de los productos naturales, de uso medicinales o cosméticos ha venido ascendiendo su nivel económico ya que para

las personas en la actualidad quieren evitar la utilización de artículos que contengan productos químicos, haciendo que prefieran los productos naturales ya que estos contienen beneficios naturistas que ayudan al cuidado de la salud, y que evitan contaminaciones más agresivas al medio ambiente.

Politico:

El gobierno colombiano invierte de manera activa al sector cosmético, y de productos naturistas. Favoreciendo así nuestra marca y producto.

El decreto 677 de 1995 el cual se reglamenta parcialmente el régimen de registro y licencia, el control de calidad, así como el régimen de vigilancias sanitarias de medicamentos, cosméticos, preparaciones, jabones, productos de aseo e higiene y limpieza.

- Nuestros productos en la actualidad no cuenta con IVA, DIAN 61710 excluye todo tipo de producto naturista.
- La resolución 000126 del 2019 de enero “Por la cual establece las condiciones para la apertura, funcionamiento, vigilancia y control sanitario de tiendas naturistas”
- El decreto 677 de 1995 el cual se reglamenta parcialmente el régimen de registro y licencia, el control de calidad, así como el régimen de vigilancias sanitarias de medicamentos, cosméticos, preparaciones, jabones, productos de aseo e higiene y limpieza.

Económico.

Código CIIU 2424 “Fabricación de jabones, detergente, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador”. Decreto 1607 de 2002

Naturalmente se encargará de realizar las actividades productivas para la realización de nuestros jabones naturales.

Nuestro producto se encuentra ubicado en el sector secundario, debido a que se realiza la transformación de recursos naturales para convertirlos en productos que serán usados para cubrir las necesidades personales.

El sector económico de los jabones naturales han aumentado su nivel, ya que las personas están cuidando más su piel, y prefieren utilizar productos hechos naturalmente para lograr mejores beneficios. El crecimiento de la venta de jabones naturales se establece un promedio de 7% anual en los próximos 5 años (2020-2024).

Social

Nuestros posibles clientes acceden a nuestro producto mediante nuestro sitio web, nuestras plataformas digitales, y nuestra posible app, y el método de boca a boca, publicidad y calidad ofrecida.

Para la población a la que nos vamos a dirigir son mujeres de promedio de edad de los 15 hasta los 50 que en la actualidad presenta algún tipo de anomalía en la piel ya pueda ser sequedad, dermatitis, acné entre otras, por eso se quiere brindar un producto con la mejor calidad y eficacia posible para satisfacer las necesidades de la población a la que nos dirigimos.

Tecnología.

En temas de la tecnología naturalmente K.D quiere manejar los procesos tradicionales para la elaboración del producto ya que se quiere mantener la calidad del

mismo, sin embargo se utiliza tecnología para la comunicación y venta del producto, como todos sabemos los grandes avances que hay en comunicación gracias a tecnología innovadora se logra una comunicación con los clientes más asertiva y fácil, también se logra que el cliente pueda adquirir el producto por medio de las redes sociales que maneja la empresa y por medio de la app que será implementada para más facilidad de acceso al producto.

Sin embargo hay que resaltar que las TIC's han sido un impacto muy importante para el mejoramiento de comunicación y venta de todo tipo de productos, para los productos que ofrecemos y en la situación actual del mundo este tipo de sistemas o métodos son demasiado importantes ya que han mejorado, la calidad de comunicación y información que se puede transmitir y llevar a varios lugares sin tener que trasladarse a un lugar explícito sino que facilita la adquisición del producto y la información del mismo.

Ecológico.

NATURALMENTE K,D está comprometido con el cuidado de los recursos naturales y del medio ambiente en general es por eso que nuestros procesos evitan la manipulación de maquinaria que requiere de muchos elementos que pueden afectar al medio ambiente, también contamos con empaques biodegradables, y los procesos y obtención de materias primas son producidas naturalmente y de manera orgánica evitando así la contaminación que se puede presentar cuando las materias primas son adquiridas de manera inorgánica, y con manipulación e productos que afecten el medio ambiente.

Legal.

La cámara de comercio: es una organización compuesta por titulares de negocios o comercio y empresas cuya constituye a un modelo de colaboración pública y privada, atreves de los cuales se realiza los fines constitucionales.

Identificación del problema necesidad, necesidad, reto u oportunidad

Realizando un análisis del sector donde se desarrolla NATURALMENTE K.D, que serían todas aquellas las personas que cuenten con estos problemas en su piel y necesiten un tipo de ayuda para mejorar de ellas.

Identificación del problema necesidad, necesidad, reto u oportunidad

Realizando un análisis del sector donde se desarrolla que tienen afectaciones en la piel.

Árbol de problemas.

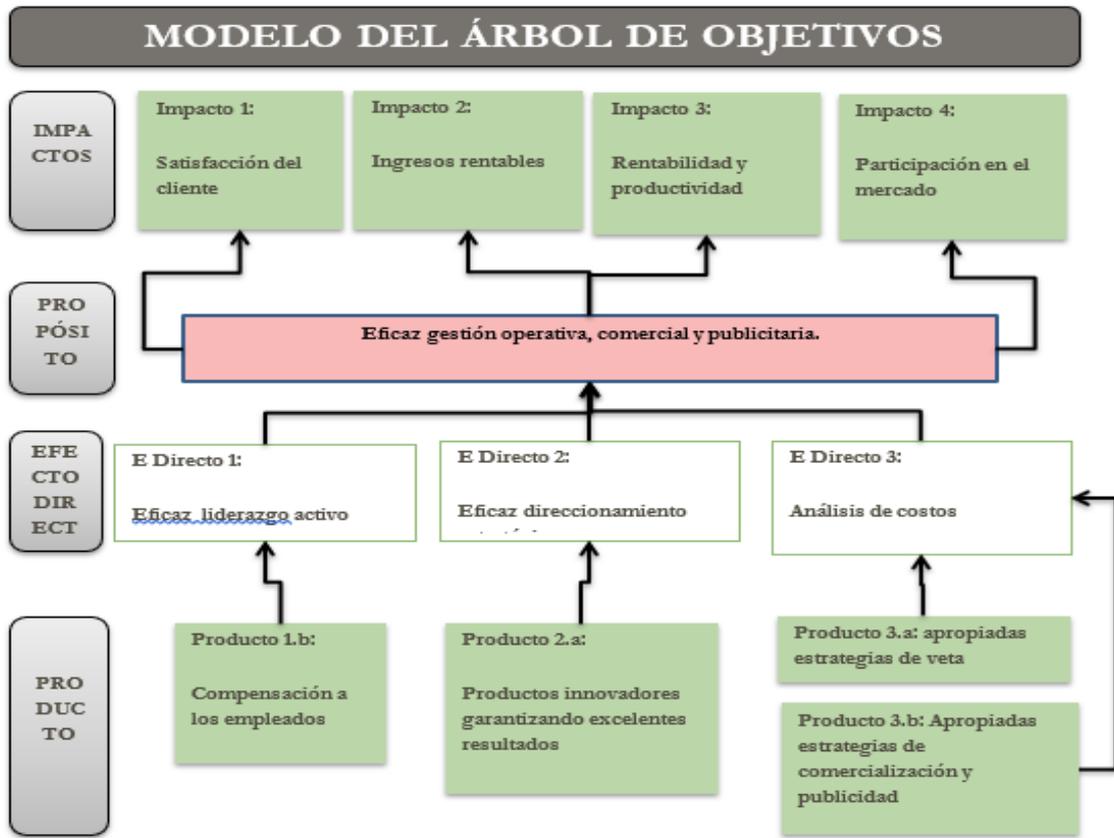
Pregunta de investigación

Problema central: población que plantean una necesidad de mejoramiento y tratamiento en las afectaciones presentadas en la piel como los son la dermatitis, el acné y la resequedad.

Criterio	Baja produccion de materias primas	Bajas ventas de los jabones naturistas	Problemas en la red o plataformas para la comunicacion con el cliente
Conocimiento o experiencias	5		
Asesoramiento de un experto (si se require, ¿lo tenemos?)	8		

Alcance (tecnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a informacion a informacion/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solucion?)	5		
Tiempo (possible solucion)	4		
Costos (posibles solucion)	6		
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafio para ustedes?	5		
¿que tanto les llama la atencion el desarrollo del problema?	8		
Total	41		





Descripción de la idea de negocio

¿cual es el producto o servicio?	Naturalmente K.D ofrecemos jabones naturistas.
¿Quien es el cliente potencial?	Mujeres de promedio de edad de los 15 a 50 años que quieren cuidar su piel.
¿cual es la necesidad?	Cubrir la necesidad del cuidado y mejoramiento de la piel en cuanto afectaciones como acné, resequera y dermatitis.
¿como?	Ofreciendo que con la utilización de nuestros productos se vera reflejado el mejoramiento de la piel, de la dermatitis, acné y resequera.
¿por que lo prefieran?	Por que ofrecemos productos 100% naturales y con la mayor calidad garantizando la eficiencia del mismo, con un precio adsequible para nuestros clientes

Factor de innovación

La innovación la realizamos por medio de las redes sociales lo cual atrae más de 70% de los clientes, lo cual es algo innovador ya que por este medio las personas siempre están presentes y allí pueden estar al tanto de conocer nuestro producto



Fuerzas de portner

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El poco posicionamiento y reconocimiento de la marca • Abandono del cliente antes de que el producto sea efectivo • Recursos físicos • Poca creencia del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento por la calidad del producto • Innovaciones de la elaboración y procesos • Aceptación del apoyo de recursos naturales.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ventaja competitiva hacia la calidad del producto. • Crecimiento del sector del producto. • Formación de nuevas personas en el conocimiento del proceso.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de adquirir la materia prima • Buen servicio al cliente • Calidad y efectividad. • Compromisos con el cliente • Riesgos de afectación de la piel muy leves 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baja demanda para los productos naturistas. • Poco personal • Competencias del producto • Fallas de elaboración de la forma de los jabones.

Consideramos que tenemos una desventaja frente al mercadeo ya que este punto es muy importante ya que el motivo por el cual debemos hacer un plan de marketing es porque ayuda a la consecuencia de los objetivos generales de la empresa como atraer nuevos clientes, creación de marca, fidelización de los clientes aumento de la facturación o el incremento de la participación en el mercado y con esto poder conseguir crear compromisos reales por parte del departamento de marketing y comercial.

Entorno de la empresa

NATURALMENTE K,D es una empresa que brinda un producto que es jabones naturales que ofrecen el cuidado y soluciones de problemáticas en la piel como la resequedad, el acné y la dermatitis, sin embargo el catálogo de jabones es bastante amplio y no solo con estos beneficios que son nuestros principales , también tienen muchos más beneficios como mejora la circulación sanguínea, son relajantes, desintoxican la piel, entre otros beneficios.

Nuestra forma de garantizarle al cliente es la eficacia y calidad de nuestro producto mediante estrategias, como demostrarle al cliente el proceso de elaboración del jabón mostrando que es 100% de calidad, y certificarle al cliente que es con productos naturales.

Una vez el cliente evidencie el proceso de elaboración del producto por diferentes medios, se le regalara un kit para que pruebe los beneficios que tiene nuestro producto, en nuestro producto podrá encontrar los benéficos y el modo de uso para que su eficacia sea con los mejores resultados.

Contextualización de la empresa

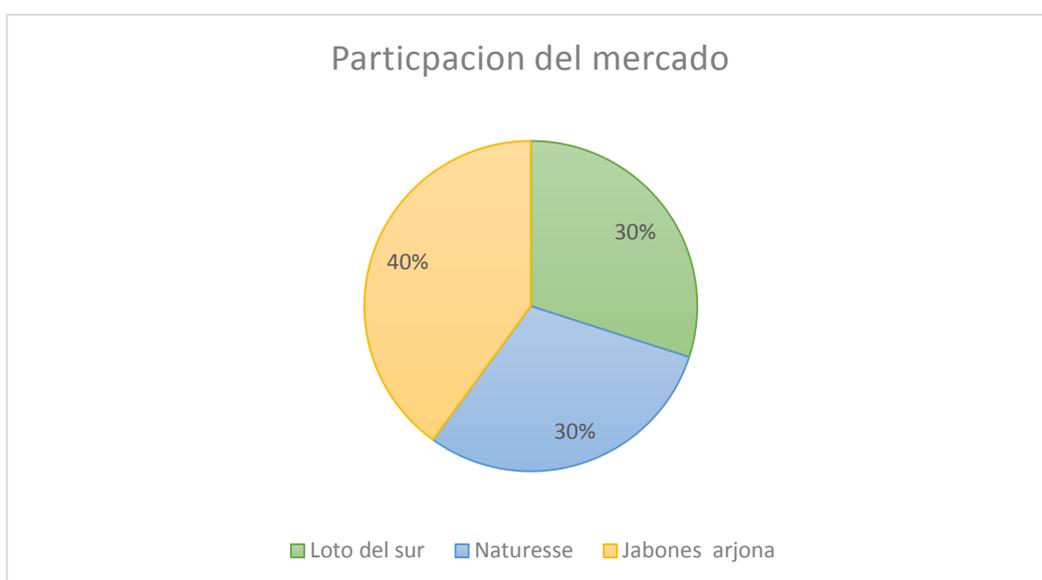
NATURALMENTE K.D, Quinarias, microempresa

Análisis de la demanda

Loto del sur, es una organización que se encuentra en la ciudad de Bogotá donde esta organización maneja productos cosméticos botánicos, manejando jabones naturales para el cuidado de la piel manejando precios asequibles para los consumidores, pero no maneja gran variedad de ellos para los diferentes cuidados de la piel.

Naturese, es una organización que se encuentra ubicada en la ciudad de Cali, donde se dedican a la comercialización de productos como jabones naturales, exfoliantes, crema hidratante, manejando precios altos en sus productos.

Jabones Arjona, se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, nace el año de 1943, a partir de la iniciativa del empresario Don Ramon Arjona Moyano. Siguió labrando de la mano con su familia la proyección y el crecimiento de la organización. Al día de hoy, jabones Arjona se esta consolidando con una empresa líder en la producción de jabones naturales y corporativos.



Análisis de la oferta

Actualmente en Colombia existen al rededor de 50 empresas productoras de jabones naturales para la piel de las cuales se destacan loto del sur, jabones Arjona, Naturese, siendo líderes en el mercado. Cabe de resaltar que ninguna de ellas nos ofrece una comunicación inmediata online que le da facilidad al cliente a la hora de contactarnos para adquirir nuestros servicios, lo mas cercana es jabones Arjona que cuenta con una pagina web que permite a los usuarios conocer de ellos y hacer visibles

sus procesos, el reconocimiento en centros comerciales donde circula muchas personas favoreciendo nuestra organización, de igual manera implementaremos un blog donde la personas puedan recibir asesoría sobre el manejo cuidado de la piel ayudando a las personas con el cuidado de la piel.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Sericio (ventaja competitive)	Ubicacion
Loto del sur	Jabones y velas	Precio alto	Productos con esencias	Bogota
Naturesse	Jabones y aceites	Precio medio	Productos totalmente naturales y medicinales	Cali
Jabones Arjona	Exfoliantes, cremas y jabone	Precio alto	Mas de 50 años en el mercado	Bogota

Análisis de la comercialización.

Los productos que son manejados por nuestra competencia son productos totalmente naturales ofreciendo altos estándares de calidad, siendo una de las empresa líder en la producción de jabones naturales y corporativos, cubriendo las constantes necesidades de los clientes y nuevas tendencias del mercado.

Análisis de los proveedores

Analizando el mercado de productores de empaques biodegradables encontramos gran variedad de organizaciones dedicadas a la comercialización de ellos, visualizamos que Greenpack nos ofrece estándares de calidad con su producto 100% biodegradable, ubicándose en Mosquera, brindándonos excelentes precios en sus productos, con facilidad de pago, celeridad en las entregas y brindándonos garantías. Analizamos otro de nuestros proveedores de semillas de plantas como manzanilla,

menta, eucalipto, romero, caléndula, evidenciamos el vivero Suesca, donde nos brinda semillas de gran calidad, ofreciéndonos asesoría, calidad en los precios, rapidez en la entrega y facilidad de pago. Esto nos lleva a estar en ventaja con nuestra competencia ya que nuestros proveedores nos brindan excelentes precios y excelente calidad en sus productos.

Canales de distribución

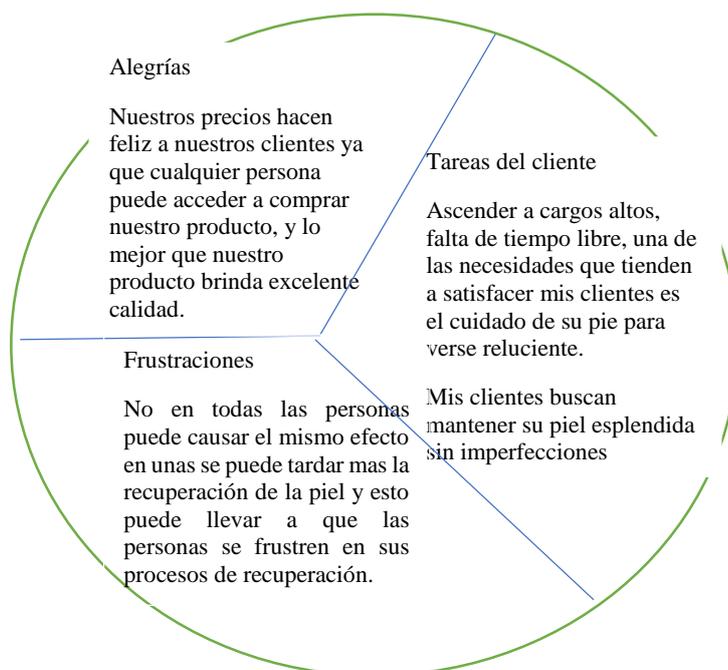
Canal directo: El proveedor entra en contacto directo con el usuario.

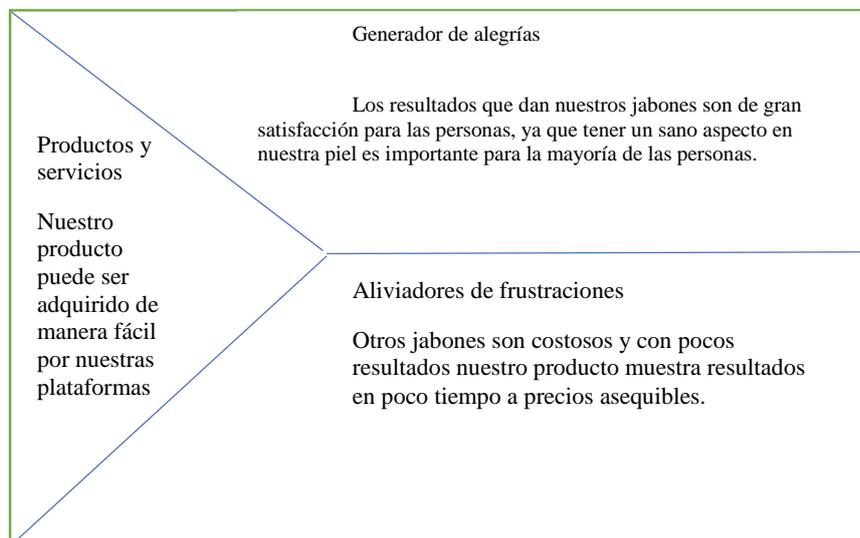
Indirectos: Existen intermediarios entre el proveedor y el usuarios o consumo.

Canales de distribución on-line: utilizar la red par la venta del producto a través de diferentes formas virtuales.

Canal de distribución tradicional: las tiendas de barrio, los autoservicios son canales fundamentales ya que son concurridos por muchas personas.

Perfil del cliente





Propuesta de valor

Naturalmente K.D llega para todas las mujeres y jóvenes que buscan el cuidado de su piel, ofreciendo un producto naturalmente y efectivo para esas molestias como la resequeidad, el acné y la dermatitis entre otras, lo cual le brindara beneficios en el cuidado de la piel.

Segmentación del mercado

La investigación de mercado se llevó a cabo mediante el método de encuestas, donde elaboramos un cuestionario y posterior a ello el entrevistador desarrollo el cuestionario y se limitó tomar nota. Existe informacio importante que fue suministrada de manera directa por el observador en el momento de realizar cada una de las visitas.

Pudimos identificar la competencia que existe por parte de otras organizaciones que se encargan de elaborar jabones naturales y así mismo pudimos apreciar el poco compromiso que tienen algunas organizaciones con vender productos de alta calidad que beneficien el cliente, con oportunidad de crecimiento por el gran tamaño del mercado. Se debe tener en cuenta que el mercado cuenta con gran reconocimiento en el

mercado lo que nos hace hacer una segmentación más detallada para así podernos enfocar más en los clientes. Tenemos una desventaja frente a las otras organizaciones ya que tienen un trabajo largo en el desarrollo de estrategias de comunicación que los hace más visibles a clientes potenciales en el momento de realizar una búsqueda en herramientas virtuales.

Buyer persona

<p>Inserta una foto del cliente</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>Miedo: al Fracaso</p> <p>Frustración: Perder</p> <p>Ansiedades: Al cuidado de mi cuerpo y piel.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>Desea: Tener su negocio independiente</p> <p>Necesita: Proyectarse y estudiar en lo que quiere</p> <p>Anhela: Ayudar a personas de bajos recursos</p>
<p>Demográficos y geográficos</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Ayudar es el principal factor de crecimiento de la organización, facilitar al</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino? Para alcanzar el objetivo es primordial el esfuerzo y dedicación día a día.</p>

	cliente mejor comodidad y economía	En presente la mayor barrera es el virus COVID-19.
Frases que mejor describen sus experiencias	<p>Excelente calidad.</p> <p>La mejor atención.</p> <p>Gracias por los resultados favorables.</p> <p>El compromiso con el medio ambiente.</p>	
¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	Los productos que utilizamos son por ciento naturales y efectivos.	

Asociaciones Claves	Actividades claves	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de mercado
<ul style="list-style-type: none"> Naturistas Empresas reconocidas en el mercado de jabones 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de proveedores atención a cliente publicidad y mercadeo 	<ul style="list-style-type: none"> Para mujeres y jóvenes que buscan el cuidado adecuado de su piel, jabones totalmente naturales que 	<ul style="list-style-type: none"> Descuentos Orientación a los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> Hombres y mujeres
<ul style="list-style-type: none"> 	Recursos clave			

	<ul style="list-style-type: none"> • Productos apartados • Pedidos cumplidos 	cuidaran de la salud de tu piel	Canales <ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital • Voz a voz 	
Estructuras de costes		Fuentes de ingreso		
Costo de adquisición de clientes: \$150.000		Efectivo: \$8'000.000		
Costos de distribución: \$300.000		Cuentas bancarias: \$2'000.000		
Empleados: \$1'000.000				

Ficha técnica

FICHA TÉCNICA DE NATURALMENTE K,D
A. NATURALMENTE K,D
<p>B. El producto NATURALMENTE K, D es un producto naturista donde se utilizan todas las materias primas totalmente naturales como los son las plantas y flores como el eucalipto, la rosa entre otros, donde se utilizan únicamente una máquina para generar los extractos de estas plantas y sus beneficios para convertirlos en jabones naturales que son 90% efectivos. ,</p>
<p>C. Nuestras normas de calidad se enfocan en la calidad de los productos que son utilizados para la elaboración del producto, favoreciendo el cuidado de la piel,</p>

D. Nuestra presentación la enfocamos en una barra en un empaque de dos o por unidad
E. Enfocamos nuestro empaque en materiales biodegradables amigable con el planeta, en un tamaño mediano facilitando el uso.
F. Manejaremos empaque biodegradable, manejando la publicidad en redes sociales y volantes
G. Condiciones de conservación de nuestro producto debe permanecer en superficies secas
H. La garantía que ofrecemos por nuestro servicio será que si se presenta inconformidad durante el mes de uso se les realizará la devolución de dinero
I. Nuestra empresa recomienda a nuestros clientes el cuidado de su piel durante el día y la noche. Y no utilizar ningún otro tipo de producto o jabón para que vea los resultados. También se recomienda realizar masajes con nuestro producto para una mejor hidratación y resultados.
ELABORÓ: Lorena Penagos Rojas
REVISÓ: Rosa Rojas Rozo

Ciclo de Vida.

Definición estratégica.

- La resolución 000126 del 2019 de enero “Por la cual establece las condiciones para la apertura, funcionamiento, vigilancia y control sanitario de tiendas naturistas” .
- Resolución 0689 en el artículo tres la descripción 3.45. jabón producto formado por la saponificación o neutralización de grasas caites, ceras, colofonias, o sus acido con bases orgánicas o inorgánicas.
- Artículo 3o. del concepto de desarrollo sostenible. Se entiende por desarrollo sostenible el que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de la vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades.
- El decreto 677 de 2015 el cual se reglamenta parcialmente el régimen de registro y licencia, el control de calidad, así como el régimen de vigilancias sanitarias de medicamentos, cosméticos, preparaciones, jabones, productos de aseo e higiene y limpieza.

Diseño de concepto

Tecnologías y materiales

• Tecnologías	• Descripción
• Moldes	• Un molde con formas
• Glicerina	• Un gramo
• Esencias naturales	• Un gramo
• Extracto de frutas	• Un gramo
• Avena	• Un gramo
• Carbón activo	• Un gramo

• Mezclador	• De maza
-------------	-----------

Funcionamiento y morfología

Morfología	Funcionamiento
Diferentes formas como flores, corazones círculos o cuadrados	Se recomienda ser aplicado dos veces al día para mayores resultados en su piel, aplicar con total precaución en zonas sensibles. Para mujeres y jóvenes
Esponjoso	

Sesión de grupo

Sesión de grupo	
Nombre completo _____	número de personas _____
Fecha _____	hora _____
Esta encuesta es realizada con el fin de evaluar el lanzamiento de una nueva marca de jabones con extractos naturales para el cuidado de la piel. Agradecemos su colaboración	
<ol style="list-style-type: none"> ¿ha utilizado jabones de extractos natural? <ol style="list-style-type: none"> Si No ¿En el momento de comprar su jabón personal revisa los componentes? <ol style="list-style-type: none"> Si No ¿Utiliza algún tipo de jabón en especial? <ol style="list-style-type: none"> Cual: _____ porque: _____ ¿considera que los jabones comunes brindan ningún beneficio para su piel? <ol style="list-style-type: none"> Si No ¿se considera una persona cuidadosa con el trato que le da a su piel? <ol style="list-style-type: none"> Si No ¿ utilizaría jabones naturales que le brinden beneficios en su piel? <ol style="list-style-type: none"> Si No ¿ cuenta con alguna imperfección en su piel que no a sido posible curarla? <ol style="list-style-type: none"> Si ¿Cual? No 	



Diseño en detalle

Proceso de fabricación



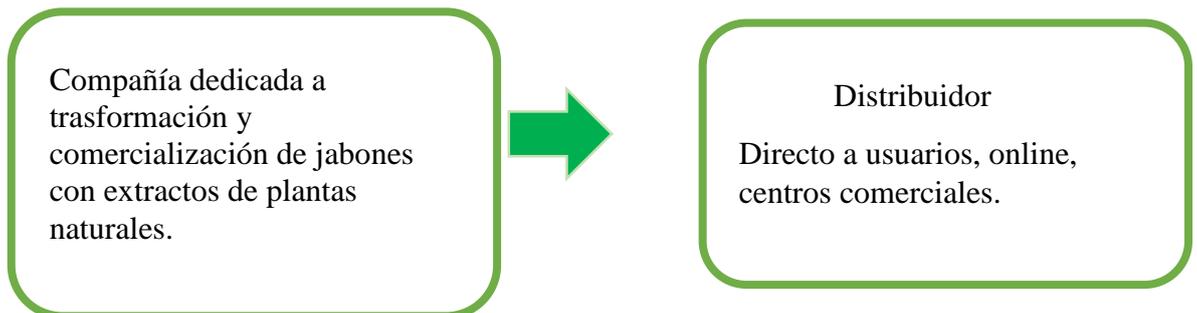
Cadena de distribución

Ruta del mercado

Productor

Recursos propios y terceros

Mayorista



Propios	Terceros
Moldes	Proceso de la realización de los empaque biodegradables, semillas de plantas, Sosa caustica glicerina
Plantas	
Mezclador	
Envases en vidrio	

Proveedores	Producto
Empaque	Greenpack
Semillas	Vivero suesca
Glicerina	Centro de Bogota
Sosa caustica	Acuanbiente ltda

Costos de producción

Costo unitario de materiales	\$13.000
Costo unitario de mano de obra	\$8.000
Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabrica)	\$9.000
Costo total unirario	\$30.000

$$PV = 30.000/1 * 40\% = 12.000$$

Verificación y validación

Estrategia

Estrategias	Cumple/no cumple
Crear una marca de extractos naturales	ok
Producir un producto adecuado para el cuidado de la piel	ok
Crear un producto dirigido para mujeres y juvenes	ok
Sacar una linea de exfoliantes	ok

Ensayos y pruebas con usuarios

Características	Instrucciones	Calificacion
esponjoso	1 Muy poco	5
Suave	2 Poco	5
Aromatizante	3 Medio	5
	4 Bueno	
	5 Excelente	

Producción

Actividades	Especificacion
Embalaje y etiquetado	Empaque primario Caja por 6 unidades Empaque secundario caja por 12 unidades
Logistica y distribucion del producto	Horario de distribucion: una vez por semana martes a las 9:00 am Ventas 24/7



Producción

Responsable	Rol
Compras	Hacer los pedidos a los proveedores y pagos
Vendedor	Toma de los pedidos

Calidad	Indicadores
Empaque	Revisión del empaque Marca Fecha de vencimiento Unidades

	Presenta abollunaduras
Características	Envoltura, olor, textura, color, forma

Validación de idea de negocio

Objetivo de investigación:

Nuestro objetivo de investigación lo que queremos es verificar que cantidad de personas se encuentran informadas sobre el jabón que utilizan y el tipo de problema que pueda presentar en la piel, ya que con tener esto resultados en la investigación sabremos en cual de nuestros productos nos enfocamos más y como darle a las personas la información necesaria que deben de tener para el cuidado de su piel.

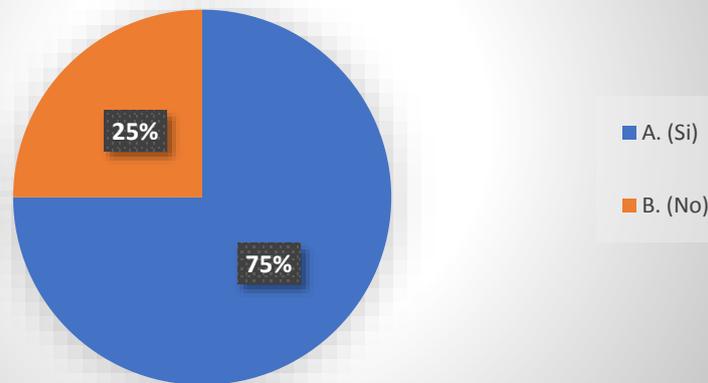
Tipo de investigación:

Se realiza el tipo de investigación cuantitativa, por medio de una encuesta donde podremos obtener la información que podrá enfocar nuestro producto a la necesidad de nuestros clientes, esta también se realiza antes del lanzamiento de nuestro producto, para lograr alcanzar nuestros objetivos o mejorarlo antes de lanzarlo al mercado. Esta investigación y encuesta será aplicada a 20 personas las cuales son mujeres entre los 15 y 40 años.

Tabulación y análisis de la información

N° personas que realizaron la encuesta	1. ¿ha utilizado jabones de extractos natural?	
	A. (Si)	B. (No)
20	15	5

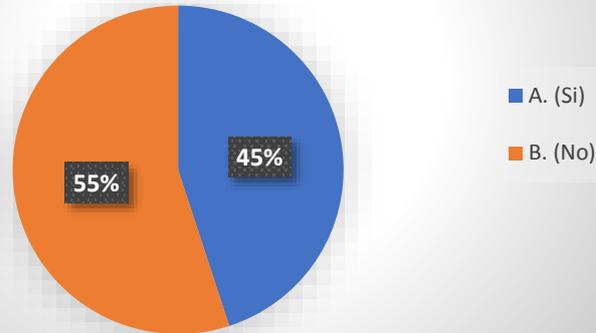
1. ¿ha utilizado jabones de extractos natural?



Análisis: Al plantear esta pregunta queremos identificar si las personas han utilizado jabones naturales para identificar si al lanzar nuestros productos estarían dispuestos a utilizarlos y comprobar su eficacia y propiedades. Tenido encuentra que el resultado fue positivo ya que la mayoría (75%) de las personas que respondieron la encuesta a utilizado jabones naturales y base a esto podemos identificar que si se utilizaría nuestro producto.

N° personas que realizaron la encuesta	2. ¿En el momento de comprar su jabón personal revisa los componentes?	
	A. (Si)	B. (No)
20	9	11

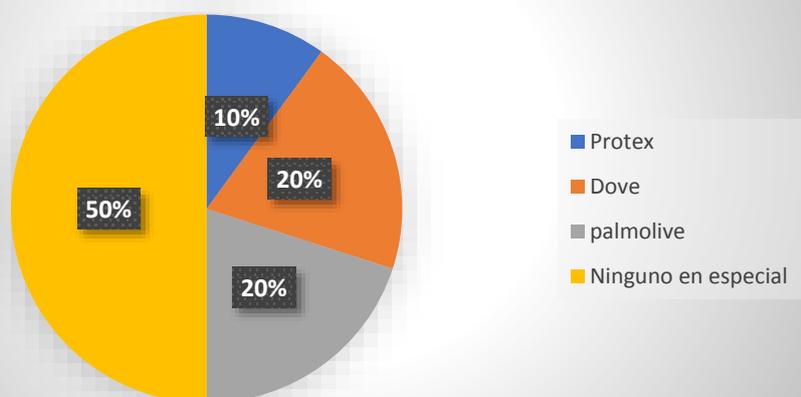
2. ¿En el momento de comprar su jabón personal revisa los componentes?



Análisis: Con esta pregunta queremos identificar que conocimientos tienen sobre el jabón que utilizan para su piel, con esto queremos identificar que muchas personas no tiene conocimiento de que afectación puede tener algunos productos o sustancias en su piel, y demostrarles que al utilizar productos 100% naturales vera el cambio y los grandes beneficios en su piel.

N° personas que realizaron la encuesta	3. ¿Utiliza algún tipo de jabón en especial?			
	Otro			Ninguno en especial
20	Protex	Dove	palmolive	Ninguno en especial
	2	4	4	10

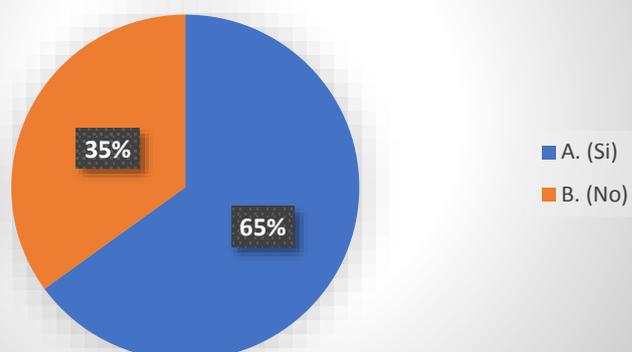
3. ¿Utiliza algún tipo de jabon en especial?



Análisis: Con esta pregunta queremos identificar qué importancia tiene las marcas o reconocimiento del producto para ser utilizado como su preferencia, al evidenciar que el 50% de las personas que presentaron la encuesta no requieren de una marca en especial es decir que le podrían dar oportunidad a nuestra marca ya que es nueva y con diferentes elementos de composición que mejoran la piel. Evidenciando que el otro 50% si tiene una marca de jabón como tradición o confiabilidad.

N° personas que realizaron la encuesta	4. ¿utilizaría jabones 100% naturales?	
	A. (Si)	B. (No)
20	13	7

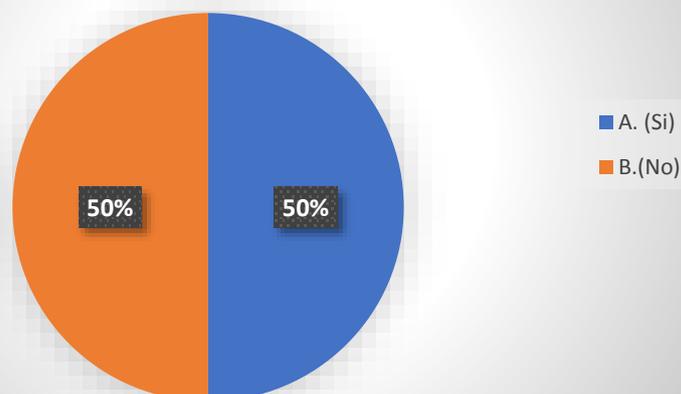
4. ¿utilizaría jabones 100% naturales?



Análisis: Con esta pregunta queremos identificar si a la población a la que vamos dirigida utilizarían nuestros jabones teniendo un resultado positivo del 65%.

N° personas que realizaron la encuesta	5. ¿se considera una persona cuidadosa con el trato que le da a su piel?	
	A	B
20	10	10

5. ¿ se concidera una persona cuidadosa con el trato que le da a su piel?



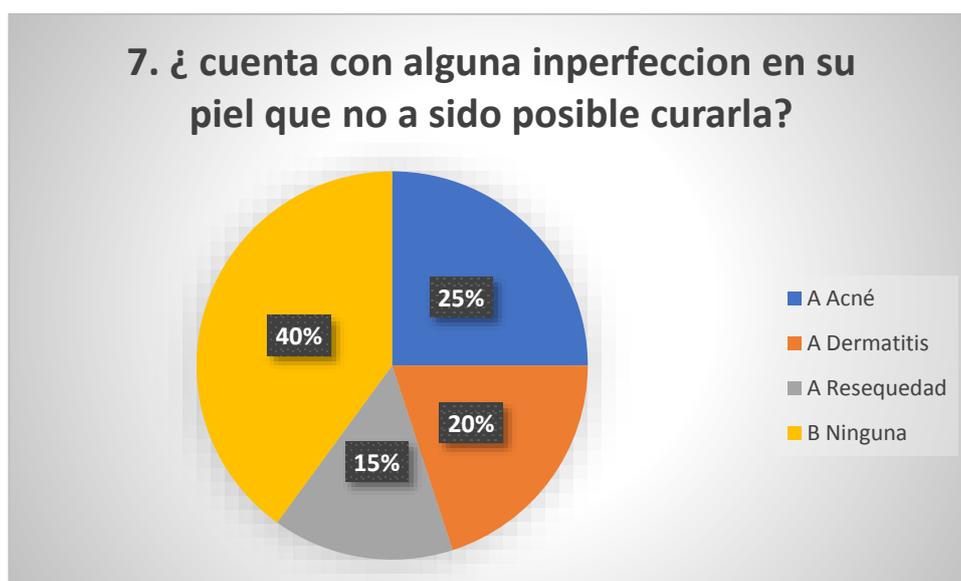
Análisis: Con esta pregunta queremos identificar si las personas se cuidan la piel, para que con ellos podamos darle más información sobre la importancia del cuidado de la piel, donde esta información será implementada en las etiquetas de nuestro producto.

N° personas que realizaron la encuesta	6. ¿qué probabilidad hay de cambiar su jabón tradicional por uno natural?	
	A. (Si)	B. (No)
20	8	12



Análisis: Con esta pregunta queremos identificar como seria nuestro lanzamiento y las primeras compras, ya que identificamos que el 60% de las personas encuestadas no cambiarían su jabón tradicional dando un enfoque al futuro y evidenciando que será un reto poder demostrar la eficiencia, calidad y beneficios que obtendrán al utilizar nuestros productos.

N° personas que realizaron la encuesta	7. ¿cuenta con alguna imperfección en su piel que no ha sido posible curarla?			
	A			B
20	Acné	Dermatitis	Resequedad	Ninguna
		5	4	3



Análisis: Con esta pregunta queremos identificar cuáles son las enfermedades o afectaciones en la piel más comunes para así hacer que nuestro producto pueda beneficiar a nuestros clientes y poder darles una solución a estas problemáticas con nuestros productos 100% naturales.

Lecciones aprendidas y recomendaciones

Al realizar la investigación del lanzamiento de Naturalmente K,D identificamos problemáticas que podremos encontrar al futuro, también se identificó la idea a la que debemos enfocarnos más para lograr alcanzar nuestros objetivos, mediante esta actividad (encuestas) logramos ver el enfoque y la población a la que va dirigido nuestro

producto, también logrando mostrar evidenciar las problemáticas como que las personas tiene una marca de preferencia o por ya ser tradición el utilizarla mostrando con esto que será difícil llegar a este tipo de cliente ya que se evidencia que se realizara un esfuerzo mayor para poder mostrarle la eficiencia y beneficios que le traerá al posible clientes al utilizar nuestros jabones naturales. Algo también muy importante es que mediante esta encuesta pudimos identificar y demostrar que las enfermedades o problemáticas en la piel las más comunes son (Acné, Dermatitis y Resequedad) logrando con esto poder enfocarnos en estas problemáticas en la piel para poder brindar las mejores soluciones sin que se tenga que utilizar productos que a futuro tenga consecuencias.

Recomendaciones:

Para la realización de este proyecto como equipo de trabajo queremos realizar las recomendaciones que para nosotras fue puntos clave, una de ellas es mejorar la calidad de planteamiento del problema para así identificar las soluciones adecuadamente y que llevaran a la realización de su proyecto o idea. También hacer la recomendación de utilizar la información que sea más asertiva para el tipo de proyecto que plantea ya sea un servicio o producto, cuando se realiza la mejor investigación sobre el tema a tratar o/a manejar podremos tener mejores resultados de nuestro proyecto. Como última recomendación es la del tiempo que se maneja para realizar u montar un proyecto que se quiere llevar a la ejecución, manejar el tiempo adecuadamente te darán más oportunidades de organizar y aclarar las ideas que se quieren plantear.

Como sugerencias para un nuevo proyecto como equipo de trabajo y mediante la realización de este proyecto tuvimos ideas de negocios como el realizar o ofrecer soluciones a necesidades que pueden parecer muy básicas pero que pueden ser muy importantes como la utilización de productos para la piel, para problemas de caída de

cabello, entre otras que a simple vistas son necesidades que no pueden ser llamativas para la realización de proyectos e ideas de negocio, pero que en el mercado y en las necesidades y demandas de los clientes se puede identificar su alto consumo.

Bibliografía

Bogotá, C. d. (Agosto de 2017). *Cluster Bogotá Cosméticos* . Obtenido de Cluster

Bogotá Cosméticos : [https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-](https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosméticos/Noticias/2017/Agosto-2017/Productos-Naturales)

[Cosméticos/Noticias/2017/Agosto-2017/Productos-Naturales](https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosméticos/Noticias/2017/Agosto-2017/Productos-Naturales)

Entrepreneur. (s.f.). *Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur:

<https://www.entrepreneur.com/article/308917>

jabones arjona . (2015). Obtenido de <https://jabonesarjona.com/>

PIZANO, E. S. (26 de Abril de 1995). *Invima* . Obtenido de Decreto 677 de 1995 :

https://www.invima.gov.co/documents/20143/453029/decreto_677_1995.pdf

SOCIAL, M. D. (06 de Agosto de 2002). *Minsalud*. Obtenido de Decreto numero 1607 de 2002:

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%201607%20DE%202002.pdf

SOCIAL, M. D. (20 de Enero de 2009). *invima* . Obtenido de MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL:

<https://www.invima.gov.co/documents/20143/460687/RESOLUCION+NUMERO+000126+DE+2009.pdf>

Ucha, F. (Agosto de 2012). *Definicion abc*. Obtenido de Definicion abc:

<https://www.definicionabc.com/economia/camara-de-comercio.php>

