



## **ANTÍDOTO**

**Deiny Vanessa Martinez Guerrero**

**Katerin Lorena Santander Velasquez**

**Karolay Paola Toledo Valencia**

## Compromisos de autor

Yo Deiny Vanessa Martínez Guerrero, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.001.272.723 de Bogotá D.C. Yo Katerin Lorena Santander Velasquez, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.010.035.643 de Bogotá D.C. Yo Karolay Paola Toledo Valencia identificada con cédula de ciudadanía No. 1.004.358.504 de Bogotá D.C

Declaró que;

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro 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 han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

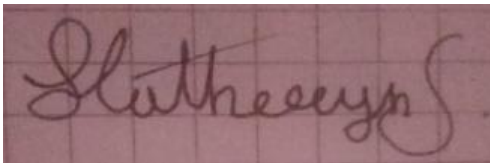
Firma de los integrantes;



Deiny M. Guerrero.

Deiny Vanessa Martinez Guerrero

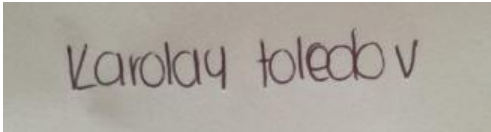
C.C: 1.001.272.723 de Btá



Katerin Lorena Santander Velasquez

Katerin Lorena Santander Velasquez

C.C: 1.010.035.643 de Btá



Karolay toledo v

Karolay Paola Toledo Valencia

C.C: 1.004.358.504 de Btá

## **Antídoto: Jabones para la piel**

Potenciamos el uso de elementos naturales para beneficio de cualquier tipo de piel, sin importar su género y edad. Actualmente, en estos tiempos se ha incrementado el uso del jabón, ha aumentado su demanda y su precio. Además, ocasiona resequedad en las pieles... En muchas ocasiones ni siquiera se conoce de qué están compuestos, dichos jabones. Por ende, nuestra idea de negocio es volver a los jabones artesanales los cuales, están hechos a base de elementos y compuestos netamente naturales, trayendo múltiples beneficios a la piel de todo cliente. La idea es implementar varios tipos de jabones, serían:

1. Aloe vera: Ideal para pieles sensibles, atópicas y pieles grasas, es decir para todo tipo de piel, manteniéndola sana y ayudando a regenerar.
2. Avena y miel: Tiene propiedades humectantes y revitalizante, ideal para la piel seca.
3. Pétalos de rosa: Ayuda a limpiar y suavizar la piel, contiene vitamina C, elimina el acné debido a las propiedades antibacterianas y antisépticas.
4. Caléndula: Ideal para piel sensible, es cicatrizante, aporta suavidad y elasticidad.
5. Romero: Ideal para la piel grasa, porque es astringente y ayuda a regular la secreción de grasa. (sin resecar).
6. Chocolate: Nutre y suaviza la piel.

Volver a lo natural es lo mejor que podemos hacer para el beneficio de nuestra piel y nuestro planeta, el jabón artesanal es responsable con el medio ambiente, por NO generar desperdicios industriales, siendo lo más naturales posibles.

En nuestra idea de negocio, también daremos un beneficio a las personas inscritas en fundaciones, ya que con nuestra idea de preparación de los jabones, les enseñaremos a mujeres, hombres y niños pertenecientes a ellas, la realización de los jabones y la creación de libretas hechas netamente con papel ya utilizado, dando así una vida útil a este papel reciclado.

## Objetivos

1. Analizar a profundidad el mercado en el cual se va a presentar y la estrategia para atraer posibles clientes a nuestra marca.
2. Demostrar la importancia del uso de recursos naturales para el cuidado de la piel.
3. Solucionar los diferentes problemas que las personas tienen en su piel y generar beneficiosos resultados.

## Claves para el éxito

1. Tener persistencia y resiliencia en los momentos de dificultad.
2. Tener consistencia en nuestro proyecto y educarnos sobre los posibles aspectos que puedan generar beneficios al proyecto.
3. Trabajar con originalidad y calidad para así llamar la atención de nuestros clientes.

## Problemática, retos, oportunidades o necesidades.

1. Enseñanza a mujeres, hombres y niños pertenecientes a fundaciones o regiones del país, la realización de los jabones y la creación de libretas hechas netamente con papel ya utilizado. **(Oportunidad y necesidad)**
2. Introducción del producto al mercado. **(Reto)**
3. Biodegradabilidad del plástico utilizado para envasar los jabones. **(Problemática ambiental)**

## Objetivos de desarrollo sostenible: Relacionación con el problema, reto, necesidad u oportunidad.

Realizando un estudio a las problemáticas, retos, oportunidades y/o necesidades, antes vistas, analizamos que los 4 objetivos de desarrollo sostenible que tienen relación son:

1. Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
2. Promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
3. Proteger la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, revirtiendo la degradación de la tierra.

Estos 3 objetivos se relacionan, ya que con nuestra idea de negocio, podemos ayudar al medio ambiente utilizando productos naturales y no químicos, y aparte esto también ayudará al ser humano para combatir el acné de su piel y crear conciencia en las personas par acabar con la contaminación, teniendo en cuenta que si acabamos con la contaminación podremos combatir el cambio climático; crearemos conciencia con el aprendizaje que les brindaremos a las personas logrando así oportunidades para ellos, sus familias y para la regeneración de la naturaleza .

## **Valor compartido: cómo podemos solucionar nuestros problemas.**

Desarrollamos nuestros productos a base de ingredientes naturales y biodegradables, alejados de químicos, y así estamos contribuyendo al medio ambiente ya que no estamos dejando ningún residuo peligroso para el mismo y así mismo estamos brindándole a nuestros clientes un buen producto el cual les dará beneficios en el momento o futuros, y contribuirá a su cuidado facial ya que proporciona nutrientes naturales que regeneran su piel.

### **Análisis PESTEL**

- ***Análisis político***

En el factor político, únicamente nos afectaría, si el gobierno llegase a hacer un cambio en la legislación del comercio, en dado caso que se realice, las políticas de la empresa deberán tener un cambio que se acople a las nuevas legislaciones; después de implementarlas, se podrá generar estrategias para beneficio de la empresa.

- ***Análisis económico***

En el factor económico, nos afecta en todos los puntos existentes, tales como las tasas de empleo, el ciclo económico, el PIB, los impuestos nacionales y distritales (ya que la empresa por el momento solo opera en Bogotá), la inflación en Colombia, la devaluación y revaluación de la moneda, el índice de confianza de los clientes respecto a la marca, la financiación del gobierno o de los bancos, etc.

- ***Análisis social***

En el factor social, afecta en los patrones de compra de los clientes, la opinión de los clientes, los medios de comunicación para las publicidades de la empresa y los niveles de ingresos tanto de los clientes como de la empresa.

- ***Análisis tecnológico***

En el factor tecnológico, no tiene ninguna afeción a la empresa, al contrario, nos trae beneficios tales como software contables, el internet y el uso de redes sociales para la publicidad de la empresa y la propagación de la información sobre nuestros productos.

- ***Análisis ecológico***

En el factor ecológico, traemos beneficios al medio ambiente y al ecosistema, en la medida que solamente utilizamos productos naturales, que al momento que realizan contacto con el agua, no la va a contaminar con químicos y tampoco se probaran las fórmulas en animales, para proteger el cuidado de ellos y a su especie. También nos beneficiamos, en la medida que utilizaremos productos reciclables para el empaque de los mismos.

- ***Análisis legal***

En el factor legal, implementamos la Ley No. 1712 de 2014, establece la protección hacia los derechos de la salud y del medio ambiente promoviendo reducciones contaminantes. También se implementan leyes, sobre los contratos laborales, salarios, prestaciones legales,

ubicadas en el código sustantivo del trabajo, la constitución y los porcentajes o bases se encuentran en la cartilla laboral.

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

En la sociedad el 90% de los adolescentes sufren de acné y un 12% de los adultos principalmente las mujeres siguen sufriendo de acné, si nombramos otras enfermedades como: depresión, ansiedad, diabetes entre otras, que causen efectos que se reflejan en la piel, el porcentaje sería mayor. El rostro es una parte fundamental de nuestro cuerpo que nos brinda seguridad y aumenta nuestra autoestima. Nuestro producto les devolverá a las personas esa seguridad y autoestima que perdieron por algún motivo.

### Qué problema nos conviene más trabajar

CRITERIOS	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Enseñanza sobre la realización de los jabones y las libretas.	Introducción del producto al mercado.	Biodegradabilidad del plástico utilizado para envasar los jabones.
Conocimiento o experiencia	4	5	4
Asesoramiento de un experto, ¿Lo tenemos?	5	5	3
Alcance: ¿Tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a información, datos, cifras?, ¿Podemos darle solución?	5	5	5
Impacto, ¿Es trascendental?, ¿Representa un desafío para ustedes?	2	5	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	3	4	5
TOTAL	19	24	21

Respecto a la puntuación obtenida, el problema, reto u oportunidad que más nos conviene trabajar la introducción al mercado, ya que teniendo en cuenta el árbol de problemas, la poca experiencia en el ámbito empresarial, sería un factor fundamental en el lanzamiento de nuestro producto para poder introducirlo al mercado.

## Árbol de problemas



### Esquema formato de árbol de problemas

**Problema central:** Daño físico y emocional al cliente a raíz de enfermedades cutáneas en la piel.

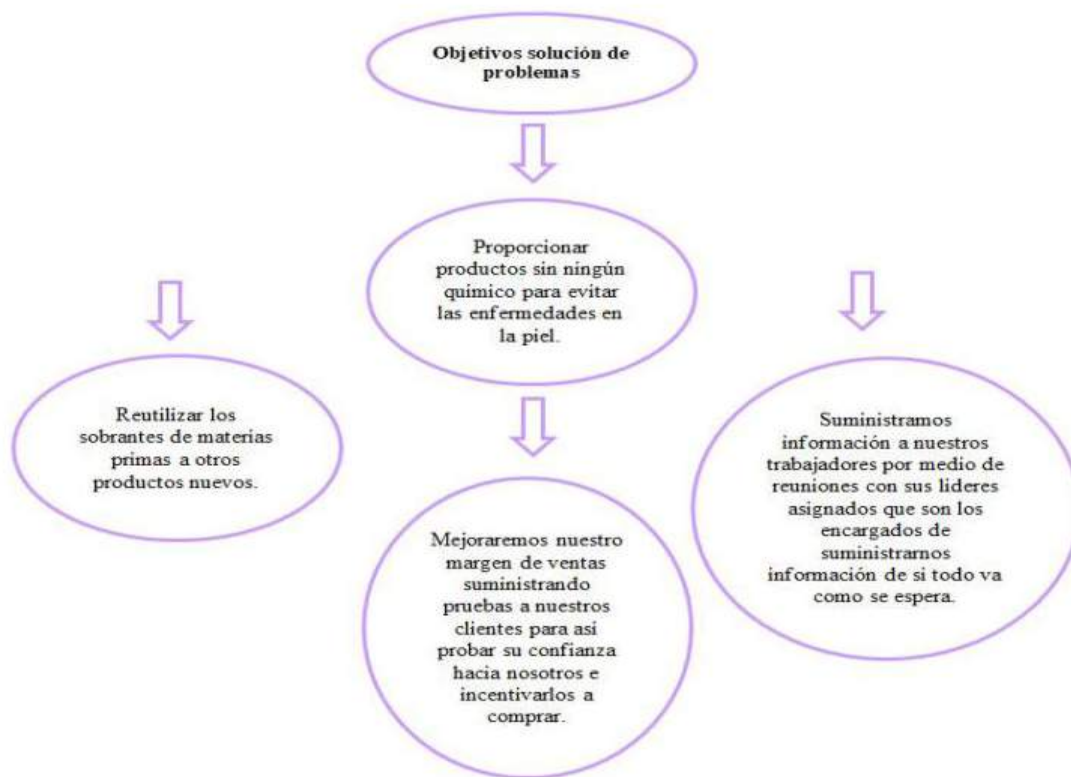
**Pregunta problema:** ¿cómo evitar el daño físico y emocional al cliente a raíz de enfermedades cutáneas en la piel?

**Reto a los trabajadores:** ¿cómo evitar el desperdicio de las materias primas?

**Reto a los administradores:** ¿de qué manera usted está suministrando la información a los trabajadores para que estos realicen sus actividades y se tengan los resultados esperados?

**Reto a los vendedores:** ¿Cómo piensa mejorar su margen de ventas, utilizando herramientas para obtener la confianza de sus clientes?

## Árbol de objetivos



## Técnica de ideación: Lluvia de ideas





## Autoevaluación de mi idea negocio

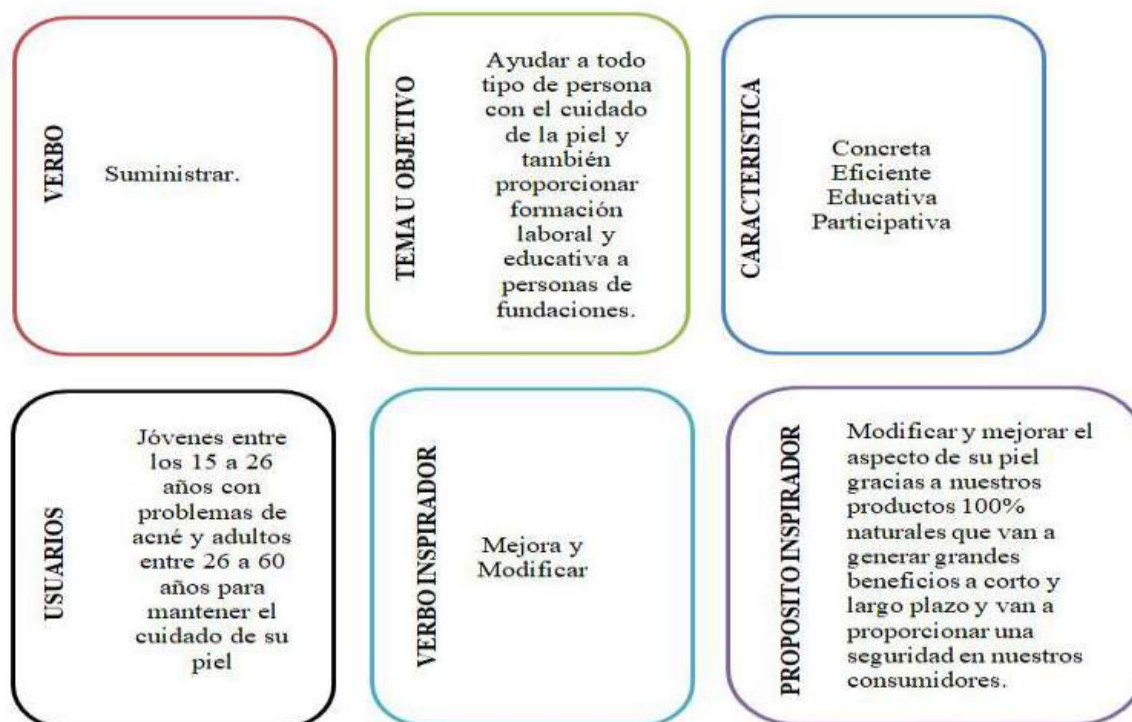
INTERES / DISPOSICION AFIRMACION	ESCALA DE VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
1. La idea de negocio se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer					X
2. No me incomodaria decir a otros que me dedico a esta actividad					X
3. Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea para desarrollar el negocio				X	
4. Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando			X		
No. TOTAL DE AFIRMACIONES	0	0	1	1	2

	A		B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1	0	x	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2	0	x	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3	1	x	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4	1	x	4	=	4
Total de afirmaciones valoradas en 5	2	x	5	=	10
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					<b>17</b>

## Estructura idea de negocio

<b>¿Cuál es el producto o servicio?</b>	<b>Jabones artesanales</b>
<b>¿Quién es cliente potencial?</b>	Personas que quieran mejorar o reparar afectaciones en la piel
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	Tener una apariencia buena y una piel sana
<b>¿Cómo funciona el producto o servicio?</b>	Se usa 2 veces al día, lavándose el rostro al inicio del día y antes de acostarse
<b>¿Por qué lo preferirán?</b>	Por que es un producto natural elaborado cada uno de ellos con el objetivo de mejorar la afectación quieran curar en la piel y obtendrán resultados rápidamente

## SOLUCION IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA



### Alternativas a la idea de negocio inicial

1. Junto con la compra del jabón, se incluirá de regalo una agenda estructurada para que los clientes puedan anotar los cambios día a día con el uso del jabón
2. Los jabones se elaborarán en figuras llamativas como ejemplo: Cupcake, helados y frutas.
3. Se formarán kit conformados por varios tipos de jabones, es decir, un kit de 3 de la siguiente manera: 1 de agua de rosas, 1 de sábila y 1 de avena o el kit podría incluir productos de cuidado capilar.
4. De las ganancias de las ventas de jabones se aportará para realizar los talleres a personas de fundaciones y donaciones a las regiones más vulnerables de nuestro país.

### Conclusión de nuestras 4 alternativas

Las alternativas agregadas a la estrategia se basan en que sea un producto llamativo ya que en el mercado no vemos jabones que salgan de lo común además, consentir a los clientes con productos incluidos a la compra de manera gratuita hace que el proceso para lograr el cambio sea interesante aportamos con visión social ya que como comunidad satisface el hecho de saber que tus compras benefician a alguien que lo necesita.

**¿Que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/ servicios similares?**

Existen dos tipos de competencia;

**Competencia directa:** venden el mismo producto o servicio y se dirigen a los mismos clientes

**Competencia indirecta:** operan en el mismo mercado, se dirigen a los mismos clientes, pero ofrecen un servicio o producto sustituto o alternativo.

*1. Competencia respecto a la creación del producto*

<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO DE COMPETENCIA</b>	<b>PRODUCTO O SERVICIO</b>
Soapstock Jabones Artesanales	Directa	Jabones artesanales
Jabones sabonet naturalmente artesanal	Directa	Jabones artesanales
Jabones arjona	Directa	Jabones artesanales
Aromathika jabones artesanales	Directa	Jabones artesanales
POMPA para el cuerpo y el alma	Directa e indirecta	Jabones artesanales y productos de cuidado de la piel y capilar
Jabones Baraka	Directa	Jabones artesanales
CASA VIVA	Directa e indirecta	Productos de mujer, salud y belleza, cuidado personal en el cual se encuentran los jabones artesanales

*2. Competencia respecto a la formación laboral a personas de fundaciones*

<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO</b>	<b>PRODUCTO O SERVICIO</b>
Fundecor	Indirecta	Formación laboral a personas de fundaciones
Fundae	Indirecta	Formación laboral a personas de fundaciones
Fundación Adecco	Indirecta	Formación laboral a personas de fundaciones

## **Similitud de las competencias**

### ***1. Competencia respecto a la creación del producto***

Con las empresas que encontramos como competencia directa e indirecta podemos considerar dos similitudes una de ellas está asociada con la estrategia de marketing y también la podemos encontrar como medio de publicidad la cual es:

- Mensajes ambientalistas
- Productos de cuidado para la piel a base de productos naturales, sin embargo son productos totalmente diferentes por las características y los productos y figuras con los cuales se crean.

### ***2. Competencia respecto a la formación laboral a personas de fundaciones***

Con las fundaciones encontradas como competencia indirecta, la similitud que existe, es que las fundaciones, se dedican a apoyar a niños, jóvenes, adultos y adultos de la tercera edad con problemas en su vida, o en su entorno familiar. Los apoyan en la medida que les brindan orientación laboral, no sobre producto y/o servicio específico sino sobre todo lo que incluye el ámbito laboral y les brindan apoyo respecto a sus emprendimientos o en el ámbito estudiantil.

## **Idea más prometedora e innovadora**

Analizando las ideas alternas a nuestro proyecto, seguimos en marcha con la idea inicial de nuestro negocio, la cual es, la creación de jabones artesanales con productos naturales, que es amigable con el medio ambiente por no tener químicos contaminantes en su elaboración. En nuestro proyecto encontramos innovación, rentabilidad y su necesidad en el mercado, por esto, escogemos esta idea.

## **Contextualización de la empresa**

Antídoto - jabones artesanales

Comercio al por mayor y por menor de productos para cuidado de la piel

Pyme - pequeña empresa

Bogota D. C

## Análisis de la demanda

Personalidad de mis usuarios	Comportamiento	Creencias	Tamaño del mercado
Jóvenes y adultos con diversas maneras de manejar su vida.	El 80% de estas personas manejan un nivel de estrés muy alto.	El 20% de estas personas confía de los productos naturales y el 80% no confía porque creen que no funcionan	El 80% de estas personas son las que acuden a estos productos
Perfeccionistas	Buscan que todo producto o servicio que vayan a obtener les dé resultados notorios	El 50% de esta población ve resultados y lo sigue utilizando y el otro 50% busca un producto que les brinde el máximo estándar de calidad y efectividad	El 40% de esta población la denominamos perfeccionista a la hora de elegir su producto y que le genere resultados como ellos lo esperan
Constantes	El 50% de esta población tiende a ser demasiado constante con el uso del producto y el otro 50% no son constantes y por eso tiende a no verse los resultados	Creen que en la constancia están los resultados sin importar el producto	Podemos encontrar que en el mercado el 30% de estas personas tiende a ser constante a la hora de utilizar los productos
Activas y saludables	Les gusta adquirir productos que les garanticen lo mejor, y complementan el uso de los productos con una buena alimentación	el 90% de esta población cree que no se pueden ver resultados si la persona que utiliza los productos tiene una mala alimentación y no la complementa con ejercicio	Podemos encontrar en el mercado a un 50% de esta población

Nuestra idea de negocio va más allá de lo convencional ya que les estamos ofreciendo un producto totalmente natural a nuestros clientes ya que eso va a generar una confianza de ellos hacia nosotros, van a ver los cambios muy rápido en ellos y nos preferirán ante cualquier otro mercado.

## Análisis de la oferta

Existe variedad de empresas y emprendimientos haciendo jabones artesanales, pero este no es el único producto que ellos lanzan al mercado, también lanzan productos para cuidado capilar y para cuidado de la piel, jabones para rasurar y cuidado de la barba, encontramos 7 empresas y emprendimientos realizando nuestra misma labor, las cuales utilizan estrategias de mercadeo como la publicidad en sus páginas web, descuentos por adquirir producto, por llevar un producto puede llevar otro gratis, frases innovadoras, etc. Utilizamos una tabla, la cual indica que, si los competidores son grandes, tienen un porcentaje de 0-0,5% y si son pequeños competidores, tienen un porcentaje de 10-15% y realizando la comparación entre las empresas, sus puntos fuertes son la planeación de su introducción en el mercado, el control de sus ingresos, uno de sus puntos débiles puede ser la creatividad en la creación de los jabones. Estas empresas manejan precios asequibles, una publicidad llamativa a los clientes, también ofrecen descuentos y promociones atractivas para el cliente al igual que sus lanzamientos de los nuevos productos.

Nuestros productos compiten con ellos de manera en que la creatividad resalta nuestros el producto, por las figuras con las que se realizarán y los colores con los cuales se crearán, ya que varias de estas empresas utilizan un mismo diseño para los jabones, también una estrategia, es una charla realizada a nuestros clientes para hablar sobre el acné, sobre los tipos de piel y que jabón favorece más al tipo de piel, se darán muestras a nuestros clientes sobre los nuevos productos, y lo más importante, manejar un precio asequible, el cual sea de agrado a nuestros clientes.

Los bienes sustitutos y competencia del jabón artesanal pueden ser los nuevos entrantes como Mascarillas para la piel, cremas humectantes o limpiadoras para la piel, toallas a base de carbono que elimina el acné y la piel grasa. Las cuales son una amenaza en el sector, con un producto con la misma función, pero distintas propiedades. Estos productos suelen ser ofrecidos con un precio igual o mayor al de nosotros, con publicidad llamativa. Pero tenemos en cuenta, que nuestros jabones, no suelen ser opacados por ellos, ya que se realiza la venta de un jabón hecho por nosotros, que contiene las mismas propiedades que nuestros competidores venden en dos jabones.

<b>Nombre del competidor</b>	<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Ventaja competitiva</b>	<b>Ubicación</b>
Soapstock Jabones Artesanales	Jabones artesanales	\$6.000,00	Aroma - Precio - Diseño	Bogotá - Colombia
Jabones sabonet naturalmente artesanal	Jabones artesanales	\$6.500,00	Aroma - Precio - Diseño	Bogotá - Colombia
Jabones arjona	Jabones artesanales	\$5.000,00	Precio - Diseño	Bogotá - Colombia
Aromathika jabones artesanales	Jabones artesanales	\$5.500,00	Diseño - Precio	Bogotá - Colombia

POMPA para el cuerpo y el alma	Jabones artesanales y productos de cuidado de la piel y capilar	\$10.000,00 - \$40.000,00	Aroma	Bogotá - Colombia
Jabones Baraka	Jabones artesanales	\$5.000,00	Diseño - Precio - Aroma	Bogotá - Colombia
CASA VIVA	Productos de mujer, salud y belleza, cuidado personal en el cual se encuentran los jabones artesanales	\$10.000,00 - \$20.000,00	Aroma	Bogotá - Colombia

**Análisis de la comercialización y de los proveedores**

PRODUCTO	PROVEEDOR	PRECIO	DETALLE	LOCALIZACIÓN
Base de jabón de aceite de oliva	Be organic Colombia	\$49.000,00	1 Kilo	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Base de jabón de coco	Be organic Colombia	\$47.000,00	1 Kilo	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Colorante vegetal	Be organic Colombia	\$138.900,00	1 Libra	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Esencias	Be organic Colombia	\$9.520,00	5 ML	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Moldes de flor	Be organic Colombia	\$60.000,00	Peso 60g	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Molde cuadrado	Be organic Colombia	\$35.000,00	Peso 120g	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Molde de oso	Be organic Colombia	\$71.400,00	7 cm de alto	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Molde de cupcake	Be organic Colombia	\$38.000,00	6,5 * 6,6 cm	Calle 87 No. 102 - 60 Int. 20 - Apto 101
Etiquetas adhesivas	Blue Monkey	\$42.500,00 + IVA	100 un de 8 cm * 8 cm	Calle 71 No. 28A - 10


**Bondades de mi producto**

1. Diseño
2. Sus productos de creación evitan la contaminación
3. No tiene sustancias químicas


4. Aroma
5. Hidratación de la piel
6. Previene el acné
7. Ayuda a la piel grasa
8. Puede ser utilizado para todo el cuerpo
9. Evita enfermedades cutáneas
10. Contiene aceites vegetales y hierbas
11. Variedad de tipos de jabones para cada problema de la piel
12. No causa irritación en la piel
13. Produce relajación en la piel
14. Debido a sus ingredientes ayuda a mejorar la apariencia en la piel
15. Mantiene la piel saludable

## Buyer Persona

### Piel con quemaduras


	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marcas de las quemaduras</li> <li>2. Secuelas de la quemadura</li> <li>3. Depresión y ansiedad por saber como va a quedar</li> <li>4. La persona no quiere que nadie la vea</li> <li>5. Burlas de otras personas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desea que su rostro quede como antes</li> <li>2. Apoyo de las personas si sufre alguna crisis por su rostro</li> <li>3. Tratamientos sin químicos</li> </ol>
<p><b>Geográficos:</b> Bogotá - Colombia  <b>Demográficos:</b> Cualquier persona teniendo en cuenta que sus ingresos puedan cubrir el tratamiento, solamente personas con quemaduras.</p>	<p>Ellos están tratando, de que su rostro con ayuda de productos naturales, no quede con ninguna marca ni secuela de la quemadura ocasionada, y es importante, ya que algunas personas, sufren enfermedades por su autoestima y en esto influye su apariencia.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Siguiendo el tratamiento adecuado</li> <li>2. Informando sobre los cambios</li> <li>3. No exponiendo la cara al sol ya que puede producir manchas</li> </ol>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Senti miedo al no poder quitar las marcas</li> <li>2. Entre en depresión pero con ayuda de mi familia y profesionales pude superarlo</li> <li>3. No quería salir a la calle por burlas o miradas por las marcas de las quemaduras</li> </ol>	
<p><b>Factores a tener en cuenta</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manchas</li> <li>2. Irritaciones</li> <li>3. Dolor por las quemaduras</li> </ol>	

### Piel grasa


	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que la piel grasa proveque acne</li> <li>2. No poder quitar el brillo y la grasa de la piel</li> <li>3. La grasa prozcuca manchas en la piel por exposición al sol</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tener un tratamiento satisfactorio</li> <li>2. No tener reacciones alternas a las del tratamiento</li> <li>3. Aprender a cuidar la piel para que no vuelva a suceder</li> </ol>
<p><b>Geográficos:</b> Bogotá - Colombia  <b>Demográficos:</b>  1. Sus ingresos  2. Personas unicamente con piel grasa</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quitar la piel grasa</li> <li>2. Prevenir cambios como manchas y acne</li> <li>3. Utilizar maquillaje en la piel</li> <li>4. Evitar comentarios acerca de esto</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No utilizando productos que interfieran con el otro producto</li> <li>2. Utilizar productos netamente naturales</li> <li>3. Mientras se esta con el tratamiento, no utilizar maquillaje que pueda atraer la grasa otra vez a la piel</li> </ol>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A raíz de esto, soy más cuidadosa con mi piel y con los productos que aplico en ella</li> <li>2. Procuo lavar mi cara constantemente e utilizo productos que hidraten mi piel</li> </ol>	
<p><b>Factores a tener en cuenta</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Acne</li> <li>2. El exceso de maquillaje puede producir otra vez la piel grasa</li> </ol>	



## Piel reseca

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuarteaduras de la piel con maquillaje en ella</li> <li>2. Produzca un enfermedad</li> <li>3. Las cremas humectantes, no ayuden a esto</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sanar la piel sin problemas</li> <li>2. La piel vuelva a su tonalidad y aspecto normal</li> </ol>
<p><b>Geograficos:</b> Bogotá - Colombia  <b>Demograficos:</b> Cualquier edad pero que tenga su piel reseca</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hidratar su piel</li> <li>2. Mejorar su apariencia</li> <li>3. Elevar su autoestima</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hidratando su piel constantemente</li> <li>2. Lavando su cara</li> <li>3. Evitando utilizar agua caliente, ya que este es un factor importante, porque derrite los aceites naturales de la piel</li> </ol>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprendí a tener un mejor cuidado de mi piel</li> <li>2. Aprendí a elegir que jabones utilizar para hidratar mi piel</li> </ol>	
<p><b>Factores a tener en cuenta</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuarteaduras en la piel</li> <li>2. Espinillas</li> </ol>	

## Piel con acné

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marcas en la piel</li> <li>2. Enfermedades</li> <li>3. Pueda resecar o poner grasosa la piel</li> <li>4. Depresión y ansiedad</li> <li>5. Manchas en la piel</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No tener secuelas del acné</li> <li>2. Tener un tratamiento que no afecte a largo plazo</li> <li>3. No recibir burlas por su aspecto</li> </ol>
<p><b>Geograficos:</b> Bogotá - Colombia  <b>Demograficos:</b> ingresos de los clientes, edad (de 10 años en adelante dependiendo del tratamiento), personas unicamente con acné</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejorar su apariencia</li> <li>2. Mejorar su salud dermatologica y mental</li> <li>3. Mejorar su comportamiento</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Con el tratamiento adecuado</li> <li>2. Cuidando la piel</li> <li>3. Una barrera es que se deba cambiar tratamiento y pueda aumentar el acné</li> </ol>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Miedo por el que diran y por la marca que dejara</li> <li>2. El acné se puede evitar teniendo un cuidado con la piel, respecto a los productos que se utiliza y al constante lavado facial</li> </ol>	
<p><b>Factores a tener en cuenta</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marcas y manchas</li> <li>2. Enfermedades cutaneas</li> <li>3. Enfermedades mentales</li> </ol>	

## Segmentación de mercado

En nuestra segmentación de mercado vamos a manejar dos tipos de mercado meta, el primero será una estrategia de mercado indiferenciado, se va a aplicar porque en este, vamos a incluir a todo tipo de clientes, no va a tener un segmento en específico, si no todos van a poder utilizar el producto.

El segundo, será una estrategia de mercado concentrado, el cual se encuentra ubicado de manera presencial en Bogotá y online a nivel Nacional. Nuestros clientes para esta estrategia van a ser personas sensibles, personas responsables, personas perseverantes, personas con esperanza por lograr su tratamiento u objetivo, las cuales van a poder estar con cualquier

persona en su entorno. Segmentando que el 100% incurre en 75% mujeres y 25% hombres, y el otro 100% incurren en los negocios de barrio que sería el 75%, y el 25% restante, pueden ser distribuidores a almacenes de cadena y droguerías.

## **Elementos del Perfil de cliente y Mapa de valor para tu idea de negocio**

### **Perfil del cliente**

- **Alegrías**

Se basa en lo que los clientes desean que puedan lograr satisfacer con nuestro producto, en nuestro caso, es tener una piel saludable.

- **Frustraciones**

Se basa en lo que hace sentir mal a los clientes, por no poder cumplir ese deseo, ya sea por tiempo, dinero y/o esfuerzo.

- **Trabajos del clientes**

Son las actividades a las cuales mis clientes se dedican día a día, estas no interfieren con su proceso de utilización del jabón y pueden ayudar a que su lavado de piel sea más constante.

### **Mapa de valor**

- **Productos y servicios**

Son los nuevos productos y/o servicios que salen al mercado con el fin de suplir la necesidad del consumidor y/o cliente.

- **Creadores de alegría**

Los creadores de alegría para los clientes, son fundamentalmente los resultados positivos que se obtienen al final de su proceso con su producto y/o servicio para obtener un resultado positivo. También se puede incluir la superación de las expectativas que ellos tienen sobre el producto, ya que algunos compran por probar, y en algunos casos, resulta siendo de mayor agrado para ellos ese producto.



- **Aliviadores de frustraciones**



Los resultados positivos obtenidos, son aliviadores de frustraciones, ya que estos evitan a las personas, empezar con una enfermedad, que los pueda dañar mentalmente. Al igual, que elimina las barreras que ellos ponen frente a un producto nuevo para ellos, los alivia, adquirir un tratamiento, a bajo costo, ya que en algunos su mayor miedo es que el tratamiento cueste

mucho, y si sucede esto, ellos no lo puedan tomar y sigan con su problema de la piel, el cual puede quedar estático o avanzar.





## Perfil del cliente

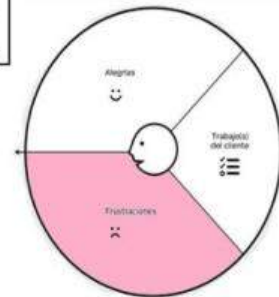
### Trabajos del cliente

TRABAJO DEL CLIENTE	
<p><b>Preguntas</b></p> <p>¿Qué tareas intentan realizar mis clientes en su vida labora o personal?</p>	 <p>Nuestros clientes son personas dedicadas al hogar, con trabajo y estudio. Podemos ver que nuestros clientes nos contactan desde la escuela que es donde empiezan el desarrollo al igual que desde la empresa ya que produce estrés el trabajo y en la universidad cuando padecen de ansiedad, motivos que traen efectos en la piel y nosotros los solucionamos</p>
<p>¿Que problemas creo que tienen mis clientes de los que talvez nisiquiera estan al tanto?</p>	<p>Logramos ver cambios en nuestra piel como acné, resequedad, manchas y en ocasiones se vuelve grasosa de un momento a otro.</p> <p>¿Pero por qué pasa esto? Hay que estudiar nuestro entorno ya que estos efectos en la piel se producen ya sea por la mala alimentación, la pubertad, padecimientos como: el estrés y la ansiedad.</p> 

<p>¿Qué necidades emocionales estan tratando de satisfacer mis clientes?</p>	 <p>El rostro es visible a todo el mundo no es una parte del cuerpo que podamos ocultar y por ende se pueden ver nuestras afectaciones en la piel al público.</p> <p>La gente suele hacer malos comentarios que al escucharlos incomodan.</p> <p>A nadie le gusta que verse en el espejo con granos o simplemente una piel maltratada.</p> <p>Generando inconformidad con uno mismo y esto causa baja autoestima.</p>
<p>¿Cómo se quiere sentir mi cliente?</p>	<p>El cliente quiere sentirse complacido, feliz y agradecido con el mismo.</p> 

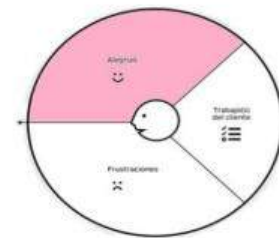
## Frustraciones del cliente

FRUSTRACIONES DEL CLIENTE		
¿Cómo se definen mis clientes demasiado costoso? ¿Mucho tiempo, o requiere esfuerzos sostenidos?	Mis clientes logran captar que para obtener el resultado esperado deben mantener un esfuerzo sostenido, es decir constancia en el uso del jabón.	
¿Qué hace que mis clientes se sientan mal?	 Ver su rostro con afecciones ya sea, acné, resequedad o manchas. Soportar comentarios hirientes de personas mal intencionadas, y la desesperación de querer estar con su rostro sano.	
¿Cuales son las principales dificultades y desafíos que tienen mis clientes?	El desafío principal que tienen mis clientes es cumplir los 15 días sin parar 2 veces al día con el tratamiento del jabón	
¿Que le preocupa a mis clientes?	No obtener los resultados esperados.	

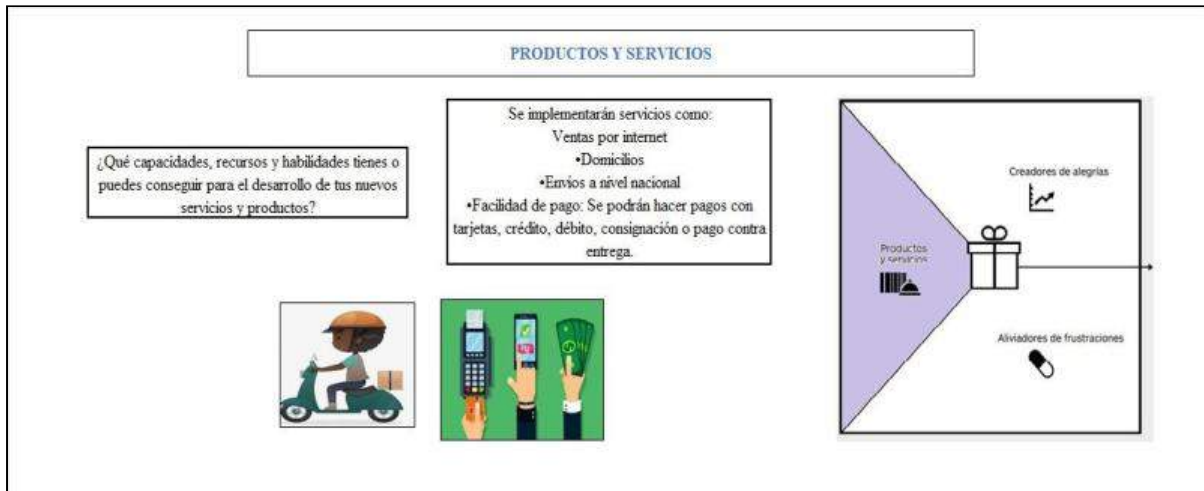


## Alegrías del cliente

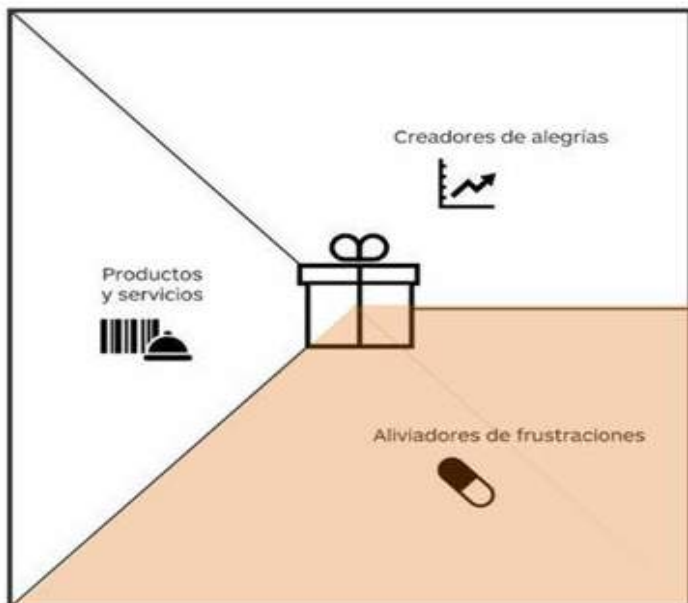
ALEGRÍAS DEL CLIENTE		
¿Qué ahorro haría felices a mis clientes? ¿Tiempo, dinero y esfuerzo?	A nuestros clientes los hará felices, ahorrar tiempo y dinero en el proceso de compra y uso del jabón.	
¿Que niveles de calidad esperaran y, que desearian mas o menos?	Se espera lograr los cambios en un tiempo mín de 15 días usando el producto por lo menos 2 veces al día. Los resultados se obtendrán gracias a los componentes naturales. Quizás nuestros clientes quieran resultados más rápido, pero todo varia depende de la constancia en el uso del producto.	
¿Qué le facilitaría la vida a mis clientes?	Implementar unos jabones de bolsillo o un kit de bolsillo por si el cliente tiene un viaje largo o una salida pueda usar el producto por fuera de su casa.	
¿Cómo miden mis clientes el éxito y el fracaso?	El éxito será medido por los cambios positivos que los clientes van a obtener al cumplir el tiempo establecido del uso del producto. El producto habrá fracasado si el cliente no nota cambios positivos en la piel durante el tiempo establecido del uso del producto. RECORDEMOS: El jabón se debe usar 2 veces al día mañana y noche, los cambios empezaran a verse pasando los 15 días.	



## Mapa de valor Productos y servicios

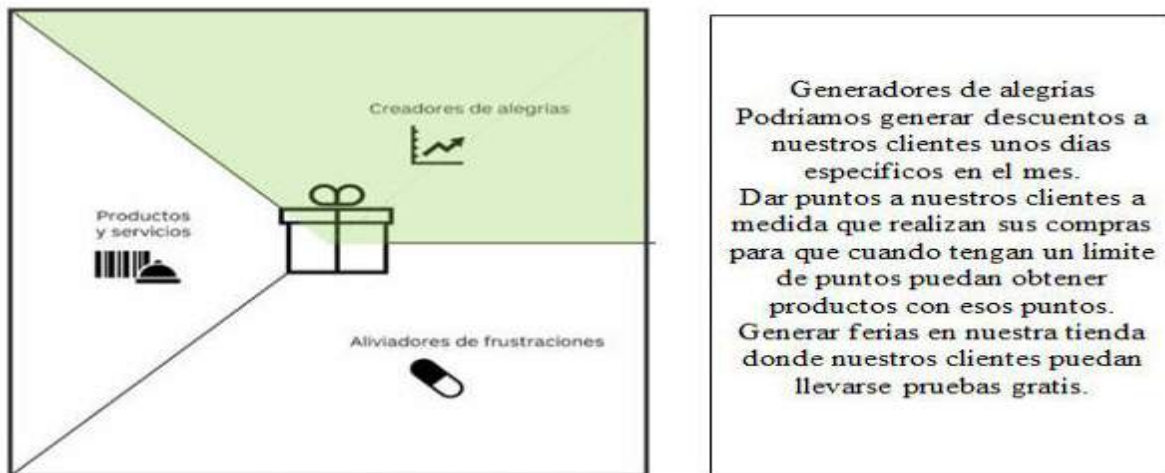


## Aliviadores de frustraciones



**Aliviadores de frustraciones**  
 Asegurarles a nuestros clientes que se llevaran un producto 100% natural  
 Un producto que les dará resultados en poco tiempo y será efectivo  
 Es a un bajo precio y manejamos todo tipo de pago  
 Creamos pruebas de jabones personales pequeños, para dar muestras y que nuestros clientes los utilicen y vuelvan a comprarlo si les interesa, y si nuestro producto soluciono sus problemas de piel

## Generadores de alegrías



**Generadores de alegrías**  
Podríamos generar descuentos a nuestros clientes unos días específicos en el mes.  
Dar puntos a nuestros clientes a medida que realizan sus compras para que cuando tengan un límite de puntos puedan obtener productos con esos puntos.  
Generar ferias en nuestra tienda donde nuestros clientes puedan llevarse pruebas gratis.

## Propuesta de valor

Trabajamos por tu seguridad emocional, el crecimiento de tu autoestima y por tu salud dermatológica, cada día, reestructurando y explorando nuevas fórmulas 100% naturales para que tu piel brille y se recupere sanamente.

## Leyes, decretos o normas colombianas e internacionales que vigilan o se requieren para poner en marcha la idea de negocio

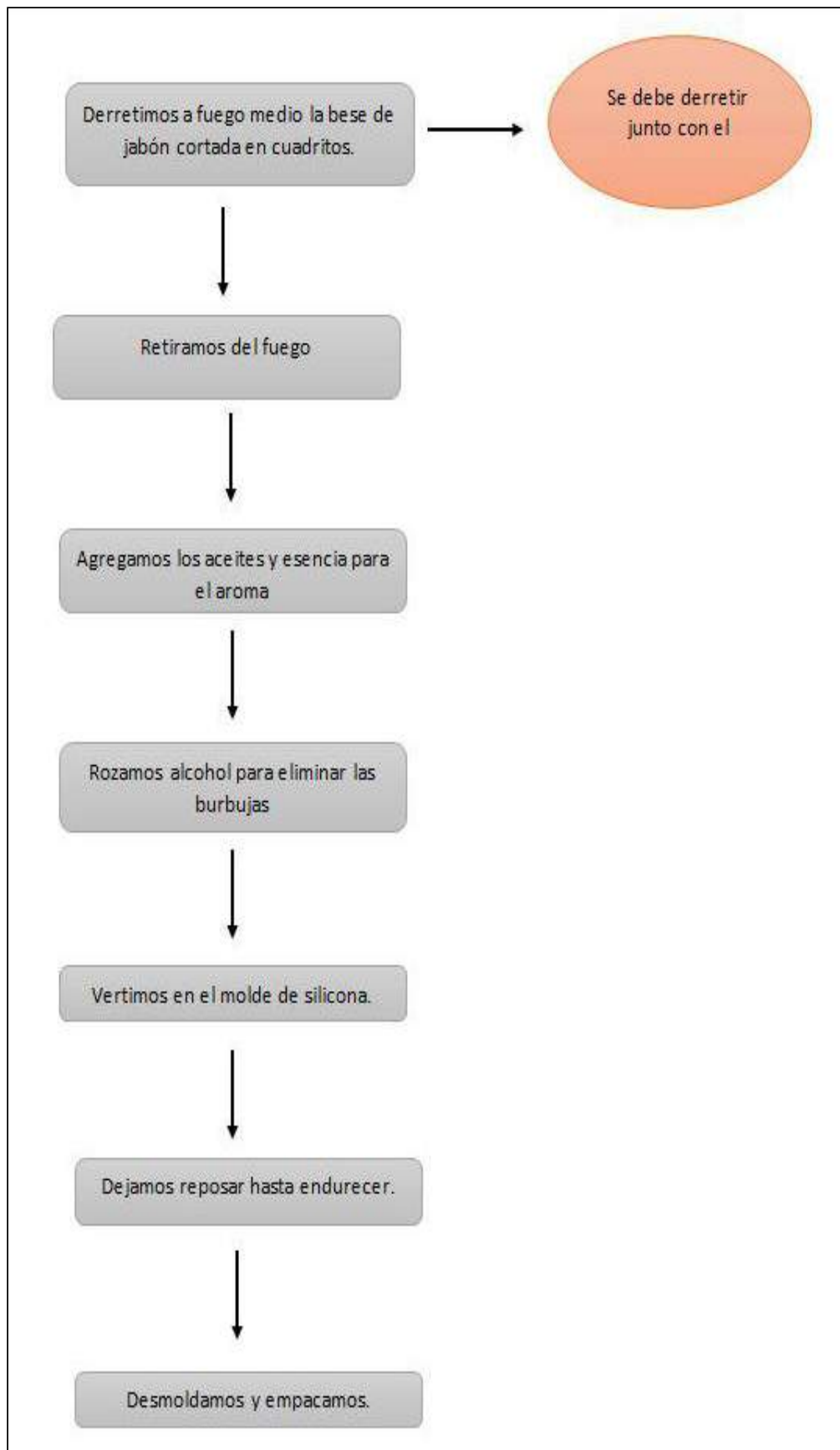
1. Ley No. 1712 de 2014, establece la protección hacia los derechos de la salud y del medio ambiente promoviendo reducciones contaminantes.
2. **ISO 14001:** establece los requerimientos del Sistemas de Gestión Ambiental, y se encarga de asegurar que las organizaciones trabajan cumpliendo la legislación ambiental establecida en cada área geográfica.
3. **ISO 9001:** Permite demostrar que la empresa cuenta con esa certificación que satisface los requisitos del cliente según criterios internacionales. Puede utilizarse para mejorar el funcionamiento interno de la propia organización, obteniendo certificación.
4. Como establecimiento comercial, nos rige la ley colombiana Ley 232 de 1995
5. Para nuestra contabilidad nos rige las Normas Internacionales de Información Financiera
6. Decreto 1545 de 1998 expedido por el Ministerio de Salud el cual reglamenta los Regímenes Sanitarios, del Control de Calidad y de Vigilancia de los Productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico y se dictan otras disposiciones

## Diseño de concepto

### Lista de materiales y maquinaria

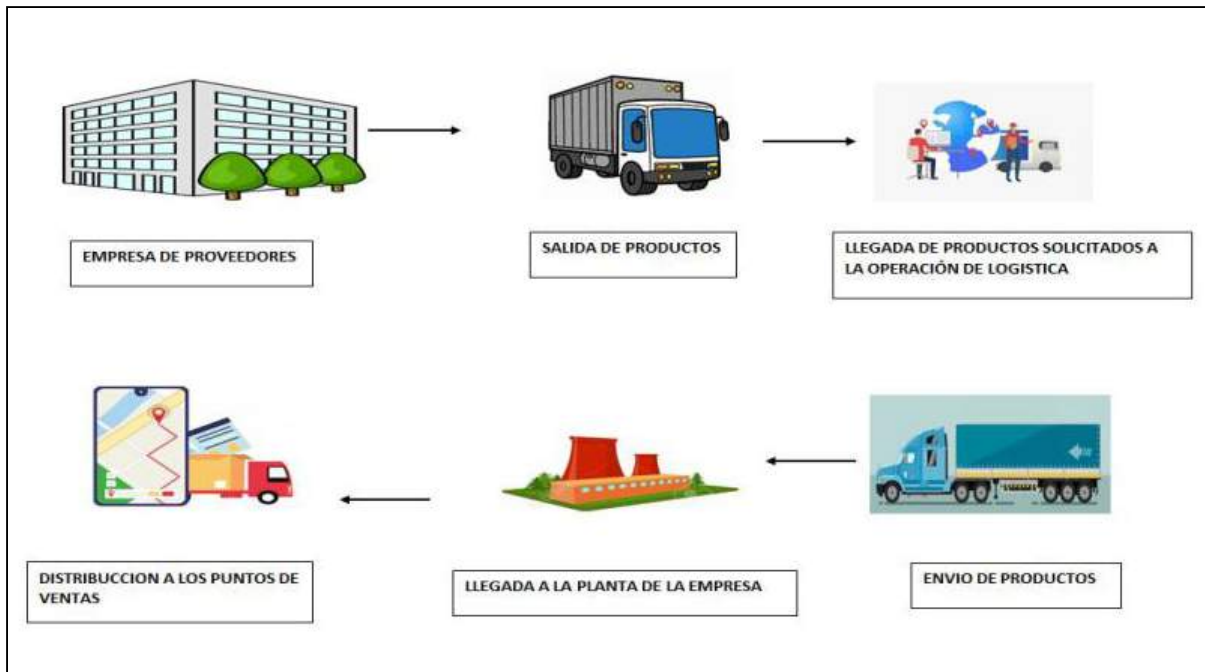
<b>Lista materias primas</b>	<b>Lista Maquinaria</b>
Base de jabón de aceite de oliva	Recipientes resistentes de calor
Base de jabón de coco	Mezcladores no metálicas
Base de jabón de sábila	Estufa especial para preparación
Esencia de vainilla	Traje especial para trabajadores ( tapabocas, guantes, delantal, gorros)
Esencia de chocolate	Cortador para bases
Esencia de café	Plástico para cubrir áreas
Colorante vegetal	Recipientes de vidrio
	Microondas
	Moldes para jabón
	Probetas para medir esencias

## Diagrama de bloques





## Cadena de distribución



## Costos de producción y de venta

INSUMOS	COSTOS
BASE DE JABÓN	\$2.450
ACEITE	\$3.000
COLORANTE	\$1.000
ESENCIA	\$9.520
PRODUCTO PRINCIPAL: SÁBILA, AVENA, ROSAS, ROMEROS, ETC.	\$1.000
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$16,070</b>
<b>RENTABILIDAD</b>	<b>\$8,035</b>

PRECIO DE VENTA	\$24.105
-----------------	----------

### Validación y verificación

#### Indicadores de calidad

Satisfacción del cliente	Miramos el grado de conformidad de nuestro cliente al obtener nuestro producto
Eficacia	Miramos si la necesidad de nuestro cliente ha sido solucionada, o ha sido atendida si no se procede a mirar en que está fallando nuestro producto
Competitividad	Miramos si todos los productos y capacidades de nuestra empresa y trabajadores están siendo explotados de manera correcta para así obtener nuestro satisfactorio producto
Volumen de ventas	Miramos si en el mercado nuestro producto está siendo adquirido constantemente así sabemos si a nuestros clientes les está gustando lo que estamos ofreciendo.
cobertura	Miramos si nuestros productos están llegando a nuestro mercado meta y si esta cumpliendo con lo propuesto
propósito	Vemos cómo va en marcha nuestro plan de negocio

Ejecución	Vemos si nuestros trabajadores están cumpliendo todos los requisitos de creación del producto
calidad	Miramos si cumple con todos los estándares de calidad que estimamos

**Producción  
Empaque**



**Frente**



## Espaldar



El logo que aparece en el producto, es una marquilla que utilizamos para este, ya que el logo oficial, lo utilizamos para nuestros documentos y demás papeles.

## Etiqueta del producto

<p>Apto para todas las edades 100% productos naturales</p> <p>Mantener en un área seca No utilizar con otro producto que contenga químicos</p>	<p>Fabricado por: Antídoto Ltda Calle 78 No. 89-75 Bogota D.C Nit: 978.546.123 - 1 Tel: 2054879 - 3012456987 Hecho en Colombia con productos netamente Colombianos</p>
--	--

## Ficha técnica

<b>FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO</b>		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	ANTIDOTO - JABONES ARTESANALES	
<b>COMPOSICIÓN DE MATERIAS PRIMAS</b>	<b>PARA LA REALIZACIÓN DE VARIOS JABONES</b>	
	Base de jabón de aceite de oliva	1 Kilo
	Base de jabón de coco	1 Kilo
	Base de jabón de savila	1 Kilo
	Esencia de vainilla	5 ML
	Esencia de chocolate	5 ML
	Esencia de café	5 ML
	Colorante vegetal	1 Libra
<b>NORMAS DE CALIDAD</b>	ISO 14001: regula los sistemas de gestión ambiental de acuerdo a la legislación local asumida al cuidado ambiental	
	ISO 18000: Normativa de salud y seguridad en el trabajo	
	ISO 14000: impacto de la actividad empresarial en el ambiente	
<b>PRESENTACIÓN COMERCIAL</b>	1. Descuentos en kit de jabón de bolsillo 2. Se entrega jabonera por cada producto 3. Cada jabón contiene de 120g a 185g	
<b>EMPAQUES COMERCIALES Y MATERIAL DE LOS EMPAQUES</b>	Empaque de madera	
	Empaque de papel	
	Empaque de vidrio	
Los empaques de los jabones están debidamente supervisados y sellados, para confianza del cliente, en el cual lleva los ingredientes de cada jabón, su código de barras y algunas advertencias		
<b>CONDICIONES DE CONSERVACIÓN</b>	Después de ser utilizado, debe mantenerse en un área seca, la cual no debe estar expuesta al calor, para evitar que el producto se derrita.	
<b>VIDA UTIL ESTIMADA</b>	Dependiendo del tipo de jabón que se use y las veces que se aplique, los rangos son de 15 días a 1 mes	
<b>RECOMENDACIONES</b>	1. Mantenerse lejos de los niños 2. Evitar el contacto con los ojos 3. Si presentan alguna reacción alérgica, suspender el tratamiento	

### Fase dentro del ciclo de vida del producto

Nuestro producto, se encuentra en ciclo de vida de INTRODUCCIÓN porque hasta ahora vamos a realizar la introducción del producto al mercado, a la vez encontramos que en este mercado de jabones artesanales no son muchos los competidores, pero por ser pocos, algunos tienen una gran demanda y son competidores fuertes para nuestro producto.

### Características de producto o servicio

<i>Producto / servicio</i>	<i>Característica</i>
Jabones faciales para todo tipo de piel	1: fragancia agradable, variedad de ellas como son (chocolate, coco, vainilla) etc.
	2: colores agradables a la vista: utilizamos colores pasteles a nuestro producto relacionado con el componente principal
	3: presentación pequeña, para llevar a cualquier lugar
	4: tiene componentes 100% naturales, no contamina el agua
	5: tiene un empaque biodegradable, no utilizamos plásticos en nuestra presentación

### Características del prototipo

<b>CARACTERISTICAS</b>	
<b>PESO</b>	0.75 Libras
<b>DIMENSION</b>	Largo x Ancho x Altura 3.5 x 2.25 x 4 pulgadas
<b>COLOR</b>	Petalos de rosa: Sera de color rosa con petalos incrustados.
	Aloe vera : Sera transparente con pedazos de sabila incrustados.
	Chocolate: Color proveniente del chocolate.
	Avena: Sera de colo beige con avena incrustada.
<b>PRESENTACION</b>	Se entregara en empaque individual, ya diseñado.
<b>AROMA</b>	Cada jabon traera un aroma representativo al producto principal.
<b>FORMA</b>	La forma escogida por el cliente , pueden ser: Cup cake, tradicional, oso, entre otras.

¿Cómo va a interactuar el cliente con el producto?

Pensando siempre en el cliente, antes de lanzar nuestro producto al mercado, hablamos con adolescentes, niños y adultos, con los cuales se dio un total de 20 personas. A estas 20 personas, les entregamos una muestra de la variedad de jabones, en las cuales se les dio 20 días de utilización a cada producto, cada una con sus respectivas instrucciones de uso. Al final, para saber un índice de satisfacción, se realizó una encuesta a estas 20 personas.

### Prototipo de nuestro producto



### Running Lean

Problema	Solución	Propuesta de Valor única.	Ventaja Especial	Segmento de clientes
<p>La solución que va a brindar nuestro producto es la reparación, sanación y mantenimiento de la piel, se solucionaran problemas que sufrimos muchos seres humanos como lo son: El acné, la resequedad, la piel grasa.</p> <p>Se contribuirá a las pieles, que necesiten cicatrizar protegiendo la sensibilidad de la piel.</p> <p>Con nuestro producto mantendrá un rostro, suave y nutrido.</p> <p>Además, gracias a los componentes netamente naturales de nuestros jabones el agua no se contaminará como comúnmente lo hacen los jabones que vemos en el mercado.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Son 100% naturales.</li> <li>2. Amables con el medio ambiente.</li> <li>3. Variedad y exclusividad para cada tipo de piel y daño.</li> </ol> <p><b>Métricas Clave</b></p> <p>El manejo de nuestra empresa será mediante Instagram en la cual se obtendrán medidos los seguidores adquiridos o abandono de seguidores gracias a la facilidad de aplicación y donde realizaremos concursos con el fin de obtener más compradores y conocedores, con premios que serán productos directamente de nuestra empresa.</p> <p>En las compras se solicitarán datos privados de los clientes como fecha de cumpleaños para felicitarlos y darles un obsequio y correo electrónico para notificarlos de nuevos productos o promociones.</p>	<p>Nuestros productos son desarrollados con ingredientes 100% naturales y biodegradables.</p> <p>El producto que le brindamos a nuestros clientes es para contribuir a la mejora de su cuidado facial, el cual combinaremos según la necesidad y gusto del cliente, es decir: El cliente podrá comprar por unidad el jabón que requiere según su necesidad al igual Realizaremos kits por 3 jabones que pueden ser elegidos libremente por el cliente, entre ellos , Jabón de sábila, aloe vera, avena, chocolate y más o simplemente llevar 3 de los mismos junto con una libreta regalo donde nuestros clientes podrán anotar los cambios diariamente.</p>	<p><b>Canales</b></p> <p>Nuestros canales inicialmente serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• WhatsApp</li> <li>• Correo</li> </ul> <p><b>Instagram:</b> Se publicarán fotos de nuestro producto, valores corporativos y se creara una relación con los clientes. En este canal encontrar datos como la dirección de nuestra empresa, la línea por la pueden solicitar sus productos.</p> <p><b>WhatsApp:</b> Se habilitarán como mínimo 2 líneas de atención al cliente para compras, quejas o preguntas.</p> <p><b>Correo:</b> Se habilitará con el objetivo de fidelizar a los clientes.</p>	<p>Nuestra segmentación no está direccionada a algún género o edad, sin embargo, en las investigaciones al mercado, concluimos que la mayor parte de nuestros clientes serán: Adolescentes con problemas de acné</p> <p>Que en Colombia está conformada por el 80% de los jóvenes, entre ellos 60% de hombre 40% de mujeres.</p> <p>Entre los 15 y 28 años de edad.</p>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p>Los gastos que asumiremos para el desarrollo de nuestra actividad económica serán, en los insumos como lo son la esencia, los aceites, la base de jabón y el colorante por otro lado entraría a asumir el gasto de maquinaria como los mezcladores, la estufa, el cortador y los recipientes, entre otros y claramente la mano de obra.</p> <p>Un gasto adicional será direccionado a la publicidad que realizaremos en medios digitales.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Nuestro medio primordial para obtener ingresos será netamente de las ventas de nuestro producto</p>		

## **¿Qué es lo primero que tenemos que validar para poner en marcha nuestra idea de negocio?**

Tenemos que mirar nuestro mercado meta y saber de qué manera podemos llegar o acercarnos a ellos con nuestro producto, para así de una u otra manera generar esta satisfacción o suplir esa necesidad que tenga con nuestros productos, saber cuáles son las necesidades de mis clientes, y meditar si nuestro producto de verdad cumple con todas las expectativas de esa persona.

## **¿Quizás puede ser el problema o la necesidad de nuestros potenciales clientes?**

Puede que si sea porque de ahí es donde nosotros vamos a partir para llevar a cabalidad nuestra idea de negocio y saber si tenemos que modificar, reestructurar, y replantear, siempre buscamos la satisfacción de nuestros clientes, por eso ellos son el centro de todo nuestro comienzo.

### **Objetivo de investigación**

#### **General**

Comprobar el nivel de influencia de las encuestas realizadas a los clientes mientras prueban nuestros productos.

#### **Específicos**

- Determinar la relación entre las encuestas de satisfacción inicial sobre el producto antes de utilizarlo y satisfacción posterior del cliente ya utilizando el producto.
- Verificar que tanta confiabilidad tienen los clientes al producto
- Registrar datos importantes sobre cambios para el producto

### **Tipo de investigación a realizar**

El tipo de investigación que nosotros vamos a emplear hacia nuestros clientes, va a ser el método Cuantitativo, por el cual vamos a realizar encuestas de satisfacción, en las que incluiremos el punto de vista de los clientes y verificaremos mediante gráficas si nuestra idea es viable o debemos hacer cambios para lanzar al mercado nuestro producto.

### **Link formulario de encuesta**

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf\\_r8GwdV-Pzev9Bo-EEOK1QDBiQzBI9EI11-HSrHucgJP6sQ/viewform?usp=pp\\_url](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf_r8GwdV-Pzev9Bo-EEOK1QDBiQzBI9EI11-HSrHucgJP6sQ/viewform?usp=pp_url)

### **Tamaño de muestra**

Nivel de confianza (Z) = 1.97

Grado de error (e) = 0.03

Universo (N) = 20

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.4

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.4



$$n = \frac{(Z^2 pqN)}{(Ne^2 + Z^2 pq)} = \frac{((1.97)^2(0.4)(0.4)(20))}{((20)(0.03)^2 + (1.97)^2(0.4)(0.4))}$$

$$n = \frac{12,41888}{0,623824} = 19,907666 = 20$$

### Análisis y graficación de encuestas

Preguntas Respuestas **20**

¿Qué esperas de nuestro producto?

20 respuestas

Que me cicatrice lo que me dejo en acné

Que mi piel ya no sea tan grasosa

Que hidrate mi piel

que me elimine las manchas y obtenga un tono de piel parajo

que me ayude con el control del acne

LLEGAR A TENER UN PIEL SANA POR MEDIO DE SUS PRODUCTOS.

SUAVIDAD EN LA PIEL

LIMPIAR MI CARA DE ACNE, SIGUIENDO EL TRATAMIENTO DADO POR EL MEDICO

QUITAR LA GRASA Y RESEQUEDAD DE MI PIEL

satisfacción

resultados benéficos para mi

¿En que lugares quieres encontrar nuestros productos?			
ALMACEN DE CADENA	DROGUERIAS	TIENDAS DE BARRIO	PAGINAS WEB
1	6	4	9

¿En que lugares quieres encontrar nuestros productos?

20 respuestas

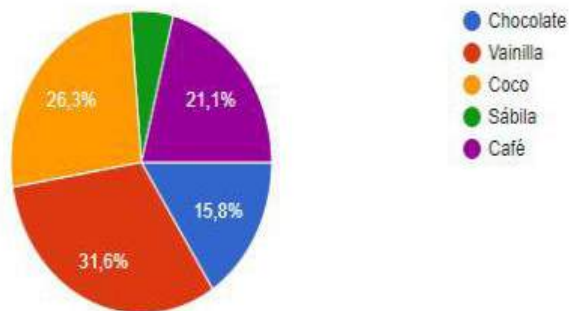


Según tu experiencia, ¿Qué jabón no usarías?

CHOCOLATE	VAINILLA	COCO	CAFÉ	SABILA
3	6	5	4	1

Según tu experiencia, ¿Qué jabón no usarías?

19 respuestas

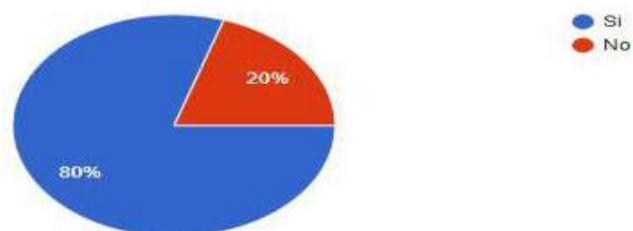


¿Prefiere el jabón en molde de figuras o la presentación normal cuadrada?

SI	NO
16	4

¿Prefiere el jabón en molde de figuras o la presentación normal cuadrada?

20 respuestas

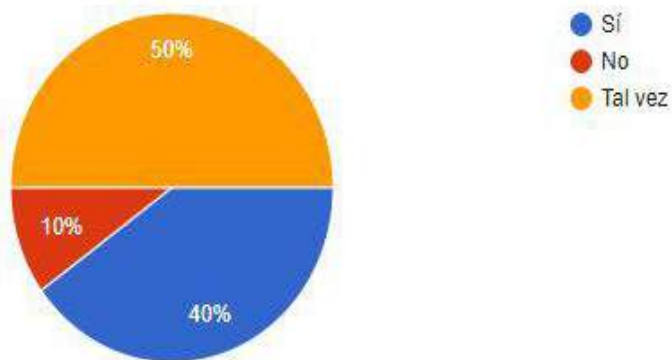


¿Este jabón cumple con los estándares de calidad que usted como cliente desea?

SI	NO	TAL VEZ
8	2	10

¿Este jabón cumple con los estándares de calidad que usted como cliente desea?

20 respuestas

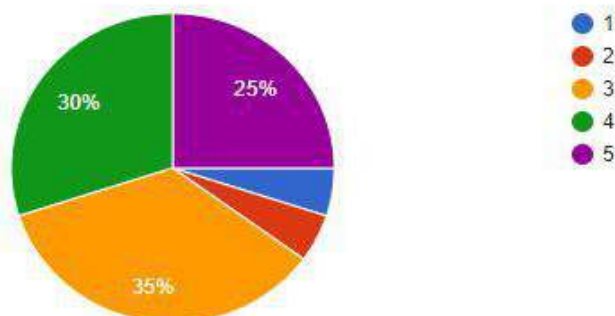


Según su experiencia ¿Qué nivel de satisfacción tienes con el producto? Siendo 1 pésimo y 5 Excelente

1	2	3	4	5
1	1	7	6	5

Según su experiencia ¿Qué nivel de satisfacción tienes con el producto? Siendo 1 pésimo y 5 Excelente

20 respuestas



Realizando un análisis de las gráficas vistas anteriormente, el 50% de las personas se inclinan por un tal vez en su tratamiento, porque muchas encontraron fallas en la combinación de ingredientes en el producto y un porcentaje pequeño no estuvo satisfecho con el jabón, a estas personas les preguntamos el porqué, ellas no comentaban, que algunos, no habían sido constantes con el tratamiento, otros, nunca lo utilizaron y algunos, decidieron dejar de utilizar el producto por reacciones alérgicas.

Hasta el momento, hemos estado satisfechas con nuestro producto, ya que al indagar y hablar con nuestros clientes, observamos varios puntos de vista que nos ayudaron, a organizar e interpretar de mejor manera, que es lo que nuestros clientes quieren, dado a esto, realizamos cambios, en la elaboración, porque cometimos errores, de utilizar ingredientes que no eran compatibles el uno con el otro.

## Referencias Bibliográficas

1. Díaz, N (2015). La creación de valor compartido: estrategia de sostenibilidad y desarrollo empresarial. Bogotá. Universidad EAN.
2. Greenvita, (2019). ¿Qué impacto tiene el uso de jabones y detergentes en el medio ambiente?.  
<http://greenvita.com/blog/index.php/que-impacto-ambiental-tiene-el-uso-de-jabones-y-detergentes-para-el-medio-ambiente/>
3. BrandStrat SAS (9 de junio de 2017). Los tres niveles del valor compartido. Youtube.  
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=4&v=exUVwRpNFEw&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=exUVwRpNFEw&feature=emb_title)
4. Ministerio de salud pública (1998). Se reglamentan parcialmente los Regímenes Sanitarios, del Control de Calidad y de Vigilancia de los Productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico y se dictan otras disposiciones. Recuperado de <https://www.normassalud.com/archivos/fea8344c6c192a73125b6b1469b96dd2944ec2e6206e0dbab867e910da7ace17>
5. Samper, E (1995). Ley de establecimientos comerciales (Ley 232 de 1995). Recuperado de <https://legislacion.vlex.com.co/vid/normas-funcionamiento-establecimientos-comerciales-60294294>
6. Congreso de Colombia (2019). Protección de los derechos a la salud y al medio ambiente. Recuperado de [http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30036665#:~:text=L,EY%201972%20DE%202019&text=\(julio%2018\)-,por%20medio%20de%20la%20cual%20se%20establece%20la%20protecci%C3%B3n%20de,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30036665#:~:text=L,EY%201972%20DE%202019&text=(julio%2018)-,por%20medio%20de%20la%20cual%20se%20establece%20la%20protecci%C3%B3n%20de,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.)
7. Normas internacionales (2013). NIIF para Pequeñas y medianas entidades Grupo 2. Recuperado de <https://www.icicat.co/normatividad/finanzas/normas-internacionales/niif-para-pymes>
8. Riesco, S (2018). ¿Cuáles son las normas ISO más importantes?. Recuperado de [https://www.formazion.com/noticias\\_ formacion/cuales-son-las-normas-iso-mas-importantes-org-5273.html](https://www.formazion.com/noticias_ formacion/cuales-son-las-normas-iso-mas-importantes-org-5273.html)