



NATURAL COSMETICS

Camargo Díaz Luis Fernando

Figueroa Torres José Gabriel

De Arco Casayas Lulibeth

Creación de empresas II

2020

Corporación Unificada Nacional de

Educación Superior - CUN

INTRODUCCIÓN

La cosmética natural es una alternativa a los cosméticos convencionales que se encuentran masivamente en el mercado, no solo para los que padecen Sensibilidad Química Múltiple.

Los laboratorios de cosméticos cada vez apuestan más por elaborar sus productos con ingredientes vegetales y naturales creando así la cosmética natural. Son cosméticos de todo tipo que están hechos para aportarnos todos los beneficios de la naturaleza.

Esta cosmética natural o ecológica es una tendencia que va pisando fuerte y ganando puntos de forma acelerada, como se demuestra un crecimiento cifrado en un 20 % anual en Europa.

Un cosmético natural intenta en lo posible asemejarse al manto lípido de nuestra piel, y aquí tenemos la virtud más esencial del producto natural, que busca integrar sustancias que tengan la mayor afinidad posible con la composición bioquímica de nuestra piel.

En el siguiente documento podrá visualizar la importancia y relevancia de la cosmética natural hoy en día y la finalidad que tiene nuestra empresa con el fin de mejorar la calidad de productos relacionados con la pie, podrá conocer a fondo nuestro compromiso con las personas y deseo de llenar las expectativas de nuestros clientes a través de los servicios prestados por la empresa, lograremos observar la importancia de realizar una marca que identifique nuestra empresa y el marketing digital que nos ayudara a acercarnos más a nuestros clientes, adquirimos el compromiso con las personas y deseo de llenar las expectativas de estos mismo a través de los servicios prestados por la empresa, estaremos

desarrollando el estudio técnico de nuestro proyecto, con el fin de contemplar los aspectos técnicos operativos necesarios al momento de hacer uso eficiente de los recursos disponibles que tenemos para producir nuestro bien o servicio, en este estudio analizaremos la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

OBJETIVO

Ofrecer productos en lo que concierne a la cosmética natural con el fin de ayudar a las personas que padecen problemas dermatológicos a causa de los químicos.

Estructura general del proyecto

- ✓ Compromiso del autor.
- ✓ Estructura general del proyecto.
- ✓ Desarrollo del proyecto.
- ✓ Conclusiones y recomendaciones.
- ✓ Bibliografías

Compromiso del autor

Yo Lulibeth De Arco Casayas identificada con C.C 1102875189 estudiante del programa Ingeniería de sistemas 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: 

Presentación general del proyecto

Nuestro mayor compromiso como empresa es llegar a todas esas personas que padecen problemas dermatológicos a causa de los cosméticos que se realizan a base de químicos.

Cuando hablamos de cosmetología natural queremos ofrecer los mejores productos a base de materia prima natural, cosméticos de alta calidad, llenar la expectativa de nuestros clientes y mejorar la calidad de la piel de nuestros usuarios.

Frente a la competencia deseamos ser una empresa innovadora y cada día mejorar en cuanto a calidad y servicio.

Desarrollo del proyecto

Descripción de la idea de negocio

Tabla 1

La siguiente tabla muestra la descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Tienda propia y online de ventas de cosméticos naturales.
¿Quién es el cliente potencial?	<ul style="list-style-type: none">✓ Mujeres que padezcan o sufran de problemas dérmicos o dermatológicos.✓ Personas con edad entre 20 y 70 años aproximadamente.✓ Geográficamente que vivan o trabajen en Colombia.✓ Todos los estratos.✓ Personas profesionales y no profesionales.
¿Cuál es la necesidad?	Ofrecer el mejor servicio de cosméticos naturales, creando conciencia en las personas sobre lo importante que es el cuidado de la piel ya que la mayoría de los productos utilizados regularmente pueden ser tóxicos para nuestra salud.
¿Cómo?	<ul style="list-style-type: none">✓ Brindaremos un espacio de espera cómodo, con buena ubicación geográfica.✓ Ofreceremos promociones de nuestros productos.✓ Descuentos a nuestros clientes frecuentes.✓ Trato personalizado.✓ Relaciones de confianza con nuestros clientes.
¿Por qué lo preferirían?	Por la confiabilidad de nuestros servicios, las promociones y la ayuda que ofreceremos al cuidado de la piel.

Modelo de negocio

Segmento del cliente

- ✓ Mujeres que padezcan o sufran de problemas dérmicos o dermatológicos.
- ✓ Personas con edad entre 20 y 70 años aproximadamente.
- ✓ Geográficamente que vivan o trabajen en Colombia.
- ✓ Todos los estratos.
- ✓ Personas profesionales y no profesionales.

Propuesta de valor

“TU SALUD EN NUESTRAS MANOS”

Ofreceremos el mejor servicio en ventas de cosmético naturales creando conciencia en las personas sobre lo importante que es el cuidado de su piel ya que la mayoría de los productos utilizados comúnmente resultan ser tóxicos para nuestra salud

Arquitectura del servicio.

- ✓ Brindaremos un espacio de espera cómodo, con buena ubicación geográfica.
- ✓ Ofreceremos promociones de nuestros productos.
- ✓ Descuentos a nuestros clientes frecuentes.
- ✓ Trato personalizado.
- ✓ Relaciones de confianza con nuestros clientes.

Costos y precios

- ✓ Alquiler y compra del local.
- ✓ Mantenimiento del local y del sitio web.
- ✓ Pagos de servicios básicos.
- ✓ Pago de publicidad.
- ✓ Compra de los productos.

Mecanismos de entrega

- ✓ Tienda propia donde nuestros clientes se pueden acercar.
- ✓ Domicilios.
- ✓ Compras en línea.

Mecanismos de entrega

- ✓ Tienda propia donde nuestros clientes se pueden acercar.
- ✓ Domicilios.
- ✓ Compras en línea.

Mecanismos de entrega

- ✓ Tienda propia donde nuestros clientes se pueden acercar.
- ✓ Domicilios.
- ✓ Compras en línea.

Recursos

- ✓ Analizar un punto estratégico para nuestra tienda física.
- ✓ Estudiar lugares y redes estratégicas para la publicidad del negocio.
- ✓ Registrar datos de los clientes para conocerles más.
- ✓ Distribución de los productos.
- ✓ Venta directa

Fidelidad

- ✓ Trato personalizado.
- ✓ Relaciones de confianza con nuestros clientes.
- ✓ Excelencia en la atención.
- ✓ Siendo cumplidos con las entregas.
- ✓ Brindando confianza a nuestros clientes.

Cadena

- ✓ Otras tiendas de cosméticos naturales.
- ✓ Proveedores de tiendas.
- ✓ Profesionales en dermatología.

Modelo de negocio de ventas por internet

Tabla 2

La siguiente tabla muestra el modelo de negocios por internet elegido para representar la idea de negocio

CROWDFUNDING		
¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	¿Cómo y qué alternativas ofrecerán a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?
Crowdfunding Premium, con un poco de publicidad en grupos, redes sociales, televisión y radio. Exponiendo las ventajas de tener x aplicación de pago, con notables mejoras y servicios Premium.	Una aplicación que será tanto gratis como de pago dependiendo los gustos y requisitos del cliente, por ejemplo, si el cliente no quiere ver anuncios, por un pequeño pago mensual se le retiran los anuncios, o si quiere mejores beneficios de mejor atención, mejor rendimiento, más personalizado y privado entre otras	Con el método de pago que ofrecen tanto Google Play Store y Apple Store con cargos a la tarjeta de crédito del cliente, también podría generarle un código de pago que puede obtener y cancelar en un punto de pago por ejemplo (Efecty, supergiros), cargos de IVA, cargos o facturas enviadas al correo electrónico o teléfono y pago por transferencia. La venta se cerrará dependiendo del tipo de pago del cliente, si es con tarjeta de crédito o código de pago.

Innovación sostenible

Tabla 3

La siguiente tabla representa la innovación sostenible de nuestro negocio.

	AGUA	ENERGÍA	MATERIA PRIMA	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Producto o servicio ¿El producto tiene un ecodiseño?</p>	<p>¿Usa eficientemente el agua?</p> <p>Si se usa eficientemente el agua</p> <p>¿Cómo?</p> <p>Debido a que nuestros productos son a base de elementos naturales, y son para la piel el uso del agua es una de las cosas más importantes, ya que esta sirve para mantener la piel libre de infecciones.</p>	<p>¿Reduce consumo de energía?</p> <p>No</p> <p>¿Cómo?</p> <p>¿Qué recursos utiliza?</p> <p>En la producción de los cosméticos.</p>	<p>¿Reduce los consumos?</p> <p>Si</p> <p>¿Cómo?</p> <p>Utilizando materias primas de origen natural, con menor gasto que los químicos.</p> <p>¿Utiliza químicos?</p> <p>No debido a que nuestros productos son a base de productos naturales.</p> <p>¿Cuáles?</p> <p>Ninguno</p> <p>¿Qué empaque y embalaje utiliza?</p> <p>Bioclásticos.</p> <p>Pet.</p> <p>Embaces biodegradables.</p>	<p>¿Ha medido su huella de carbono?</p> <p>No aun no</p> <p>¿Cuál es el resultado?</p> <p>Hasta este momento ninguno, porque no se ha hecho prueba de carbono.</p>	<p>¿Qué residuos recicla?</p> <p>El plástico.</p> <p>Los químicos.</p>

<p>Marketing</p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</p>		<p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p> <p>Vehículos eléctricos.</p> <p>Bicicleta.</p>	<p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</p> <p>Papel reciclado.</p> <p>Cartón.</p> <p>Vidrio.</p> <p>Plástico reciclado.</p>		
---	--	---	---	--	--

Análisis del sector estrategia océano azul

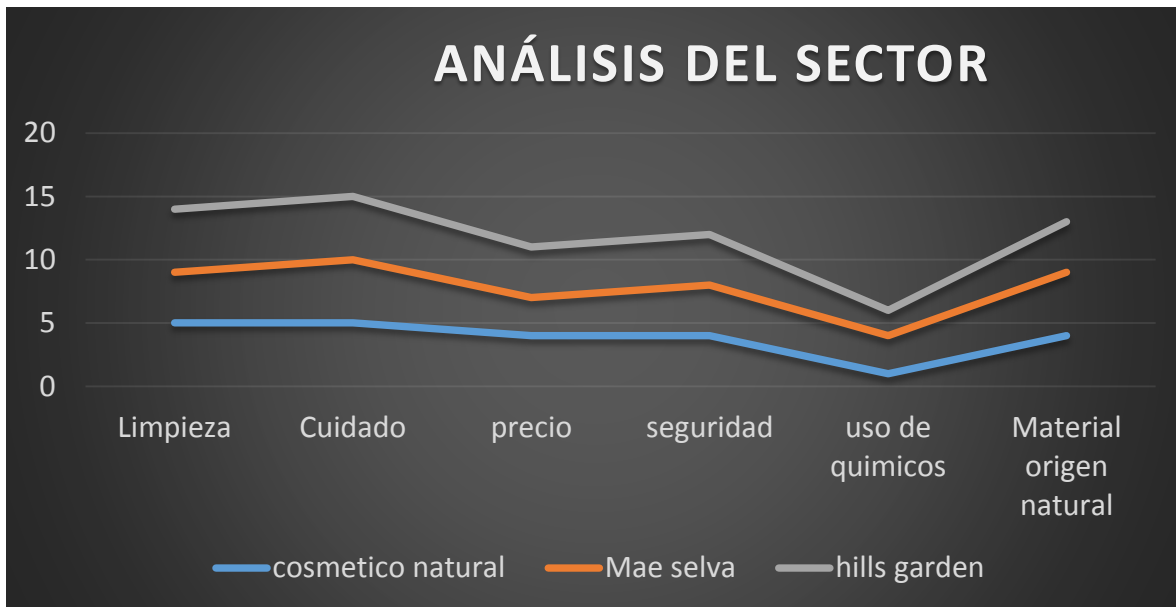
1. Identifique quien es su competencia
 - ✓ Mae Selva
 - ✓ Hills Garden
2. Defina las variables importantes para su idea de negocio
 - ✓ Limpieza
 - ✓ Cuidado
 - ✓ Precio
 - ✓ Seguridad
 - ✓ Uso de químicos
 - ✓ Material primas de origen natural
3. Dele un valor de (1 a 5)
4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

Desarrollo de estrategia

Tabla 4

La siguiente tabla muestra el desarrollo de estrategias claras con respecto a las variables importante que nos van a diferenciarlo con la competencia

	Limpieza	cuidado	Precio	Seguridad	Uso de químicos	Materia prima de origen natural
COSMÉTICOS A BASE DE PRODUCTOS NATURALES	5	5	4	4	1	4
MAE SELVA	4	5	3	4	3	5
HILLS GARDEN	5	5	4	4	2	4
ESTRATEGIA	INCREMENTAR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	ELIMINAR	MANTENER



Análisis de Porter

Poder de negociación con los clientes.

La estrategia planteada para este tipo de negociación es que los clientes siempre van a querer que se les ofrezca productos de alta calidad, un excelente servicio y precios bajos.

Los clientes fuertes pueden presionar a los vendedores a bajar los precios, mejorar la calidad de los productos y ofrecer mejores servicios, el poder de negociación de los clientes en una industria afecta el entorno competitivo para el proveedor e influye en la capacidad de éste para alcanzar la rentabilidad, basados en esto nuestro mayor compromiso será generar las mejores relaciones con los clientes y satisfacer sus necesidades.

Poder de negociación con los proveedores.

Nuestra estrategia sería hacer negociaciones con proveedores que realmente satisfagan las necesidades del sector en el cual nos estamos desarrollando en este caso la cosmética natural, con el fin de que lo que nos ofrezcan como empresa sea lo que necesitamos para ofrecer los mejores productos y llenar las expectativas de nuestros clientes.

Amenaza de productos sustitutos.

Nuestra estrategia como empresa en lo que refiere a productos sustitutos es generar calidad en el mercado a menor precio, considerando que algunas empresas generan productos en mayor valor, nuestro compromiso será generar productos de alta calidad, con materiales 100% seguros en un costo no elevado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Amenaza de productos entrantes.

Como empresa somos completamente conscientes que al abrirnos al mercado pueden existir amenazas que debemos saber sobre llevar, entonces nuestra estrategia como empresa será ofrecer productos de calidad desde el principio, dar a conocer lo mejor de nosotros como empresas y mejorar cada día con el fin de que nuestros productos generen confianza y satisfacción.

Rivalidad entre los competidores.

Mayor calidad, precios bajos Publicidad

Como empresa estamos dispuestos a ofrecer en el mercado productos de alta calidad con precios económicos que llenen las expectativas de nuestros clientes, buscaremos la forma de que nuestros productos sean reconocidos en cualquier parte del país, tanto por nuestra calidad como nuestros precios, así seremos rentables en el mercado.

Marketing MIX

Estrategias de producto para clientes.

Núcleo

Nuestros productos están hechos a base de materia prima 100% naturales como lo son plantas, aceites, agua, agua de flores, caléndula, aloe vera entre muchas cosas más que aseguran el buen tratamiento de la piel y la ayuda en problema dérmicos que se sufren por causa de los químicos.

Calidad

Nuestros productos se caracterizarán por ser de buena calidad ya que la materia prima que se utilizara para su fabricación será natural, por esta razón la cosmética ofrecida en nuestra empresa podrá llenar las expectativas de nuestros clientes, porque garantizamos con nuestros productos buen cuidado de la piel y mejoras en los daños causados por los químicos que contienen otros cosméticos que suelen ser usados.

Envase

Nuestros productos contarán con empaques llamativos con mensajes alusivos al cuidado de la piel estos serán biodegradables, los empaques plásticos y de cartón serán con materiales reciclados que ayudan y aportan mejoras al medio ambiente.

Diseño

La forma del empaquetado de los cosméticos vendrá en diferentes tamaños por unidades y dependiendo el producto, algunos serán en cajas, otros en material plástico, Cabe resaltar que cada uno de los empaques será de manera reciclados para el cuidado del medio ambiente.


Servicio

Brindaremos excelente atención a nuestros clientes a través de nuestra página web y redes sociales, donde encontrarán información detalladas de nuestros productos, videos tutoriales sobre los beneficios de la cosmética natural y los efectos que hacen sobre nuestra piel, buscando satisfacer sus necesidades y así llenar sus expectativas.

Portafolio

Tabla 5

La siguiente tabla muestra el portafolio de nuestros productos.

	
Líneas	<p>Cosméticos naturales</p> <p>*1. Polvos para la cara, precios (20.000, 25.000, 30.000 pesos).</p> <p>Polvo compacto de 20gr Iluminador de 15gr Bronzer de 15gr Blush de 10gr Traslucido de 10gr</p> <p>*2. Labiales (10.000, 8.000, 20.000 pesos)</p> <p>Barras 10gr Lápiz de labios Barra de labios en lápiz Labial líquidos 15ml</p> <p>Con empaque reciclados, hechos con productos 100% naturales libres de químicos que hacen daño a la piel.</p> <p>Productos 100% naturales, cosméticos para el cuidado de la piel</p> <p>Los cosméticos naturales son garantizados para el cuidado de la piel, con el fin de ayudar a las personas que padezcan de problemas dérmicos.</p>
Consumo	Uso especificado para personas de 20 años en adelante sin importar el tipo de género.

Estrategias de precio

La fijación del precio se da según el cálculo de los costos (Unitario de materiales, Mano de obra, Indirectos de fabricación)

Costo unitario por materia prima	\$ 1.500.000
Costo de mano de obra	\$ 200.000
Costo unitario CIF - Costos Indirectos de fabricación	\$ 1.900.000
Costo total	\$ 3.600.000

Costo total unitario	3600000/500 de unidad
Costo de fabricación	\$ 10.000
Margen de 71% por unidad	\$ 5.000
Total	\$ 15.000

Estrategia de distribución

Nuestros productos serán distribuidos por medio de un domiciliario, de manera directa o por puntos de envío, dependiendo el pedido que nos hagan por línea telefónica o a través de nuestra página web o de instagram.

Estrategia de comunicación

Nuestro modelo de negocio online escogido es el **E-learning**, ya que este se adapta a nuestra forma de dar a conocer y comercializar nuestros productos, a través las redes sociales como Facebook e Instagram daremos a conocer información detallada de nuestro contenido de productos haciendo referencia a los distintos cosméticos que ofrecemos con el fin de captar la atención de nuestros clientes, por medio de videos informativos a cerca del cuidado de la piel con la cosmética natural nos ayudara a que nuestros clientes comprendan la importancia del cuidado y así llegaremos más a ellos.

Tabla 6

La siguiente tabla hace mención acerca de todo el proceso de Marketing Mix

Marketing Mix						
Estrategia	Objetivo Smart	Como - llegar al objetivo	Quien – Medios o personas que se apoyara	Cuando – Tener presente la fecha	Donde – Definir el lugar donde se realizará	Valor aproximación al costo
Producto	Mejor la presentación de nuestros productos para captar la atención de los clientes y mejorar nuestras ventas, conseguir incremento de las mismas en el segundo semestre del año 2021	Mejorar presentación de los productos a 200 unidades de mi producto de 180 gr a 120 gr.	En laboratorios de producción	En el segundo semestre del 2021.	En la parte central de Sincelejo Sucre, un local de centro el parque.	Costos estimados para 200 unidades me cuesta \$900.000
Precio	Se realizara un descuento de 10% de cosméticos para una cantidad de 1000 unidades para el año 2021	Realizando un descuento del 10% para los productos de cosméticos.	A través de nuestra página web y avisos publicitarios.	Para el mes de junio del año 2021	En la tienda virtual	Costo estimado para 1000 unidades es de \$ 1.500.000

<p>Promoción y comunicación</p>	<p>Aumentar la cobertura en el mercado, extendiéndonos a otros lugares del país, promocionando nuestros productos y ser reconocidos para el año 2022</p>	<p>Promocionando nuestros productos y dándonos a conocer por nuestra calidad.</p>	<p>Con alianzas a otros puntos de cosmética natural en el país</p>	<p>Para principios del año 2022</p>	<p>Iniciando con Bogotá y Medellín</p>	<p>Costo estimado para ampliar cobertura en el año 2022 de \$ 70.000.000</p>
--	--	---	--	-------------------------------------	--	--

Desarrollo de marca

Matriz de desarrollo de marca

Tabla 7

En la siguiente tabla se muestra todo el proceso de desarrollo de la marca de nuestra empresa.

Nombre:

Natural cosmetics

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Primer paso: Diagnostico del mercado	A. Identificación del sector	Cosmetología – productos para la piel. Salud cuidado u bienestar
	B. Identificar marcas en competencias	ÖZÜ, Mae selva
	C. Soluciones principales	Reconocimiento, Tiendas oficiales.
	D. Tendencias del mercado	Productos de maquillaje (polvos, labiales, etc.)
	E. Arquetipo de la marca	Creador, explorador, sabio.
Segundo paso: Realidad Psicológica de la Marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	Excelencia en productos, seguridad.
	B. Identificar variables de neuromarketing	Los aromas.
Tercer paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of Mind	Alto, es muy conocida y recomendada por sus clientes.
	B. Identificar Top of heart	Alto, es muy conocida y recomendada por sus clientes.
Cuarto paso: Realidad Material de la Marca	Traducir la propuesta de valor en la marca	Emociones, satisfacción, interacción, beneficios y por gusto y necesidad del cliente.
Quinto paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica en las redes sociales.	A través de nuestra página web y cuenta de Instagram daremos a conocer, todos nuestros productos y captaremos la atención de nuestros clientes, llegando a sus necesidades y satisfacerlas.

Logo de nuestra marca

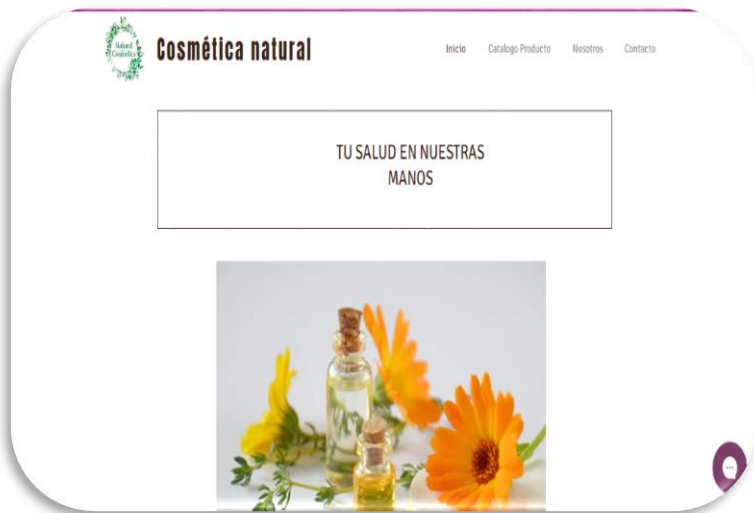


Estrategia de Marketing Digital y Estrategia de Marketing Digital

1. Creación de Landing page

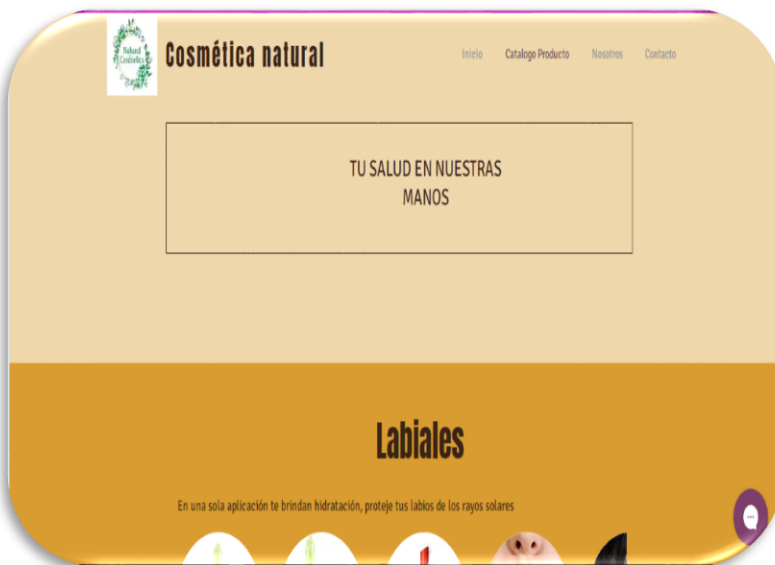
<https://dearcocasallas0616.wixsite.com/cosmeticanatural>

Página Inicio





Página Catálogo de producto



POLVOS

Mantén tersa y radiante usando polvos naturales que cuidan tu piel.



Cremas

Con las propiedades de nuestras cremas corporales tu piel se mantendrá fresca y la verán y estará sana.



Página Nosotros

QUIENES SOMOS



Somos una empresa que ofrecemos productos de cosméticos naturales, con la finalidad de mejorar la salud de la piel de nuestros clientes.

Deseamos a través de nuestros productos llenar las expectativas de nuestros clientes y ofrecer los mejores productos en cosmética natural.

NUESTRO EQUIPO



JOSE FIGUEROA

Es una persona emprendedora, dedicado a su trabajo y con ambiciones a la hora de lograr sus objetivos.



LULIBETH DE ARCO

Es una persona amable, con ganas de salir adelante, es de Sincelajo - Sucre y siempre da lo mejor a los demás.



LUIS FERNANDO CAMARGO

Es una persona luchadora, con metas claras y con deseo de luchar siempre por cumplir lo que se propone

© 2020 por NaturalCosmetics. Creado con Wix.com

SÍGUENOS EN NUESTRA REDES



Nombre

Email

Teléfono

Escribe tu mensaje aquí...

Enviar

Contactenos

Comunícate con nosotros

<input type="text" value="Nombre"/>	<input type="text" value="Apellido"/>
<input type="text" value="Email"/>	<input type="text" value="Teléfono"/>
<input type="text" value="Dirección"/>	
<input type="text" value="Escribe tu mensaje aquí"/>	

Enviar



SÍGUENOS EN NUESTRA
REDES



<input type="text" value="Nombre"/>	<input type="text" value="Escribe tu mensaje aquí..."/>
<input type="text" value="Email"/>	
<input type="text" value="Teléfono"/>	
<input type="button" value="Enviar"/>	



Red escogida para promocionar nuestros productos.





Utilizamos instagram como red social y herramienta digital para nuestra empresa porque a través de este podemos ofrecer contenido visual que llama la atención de las personas, el aumento de visibilidad en instagram nos ayudara o traerá beneficios a nuestra empresa.

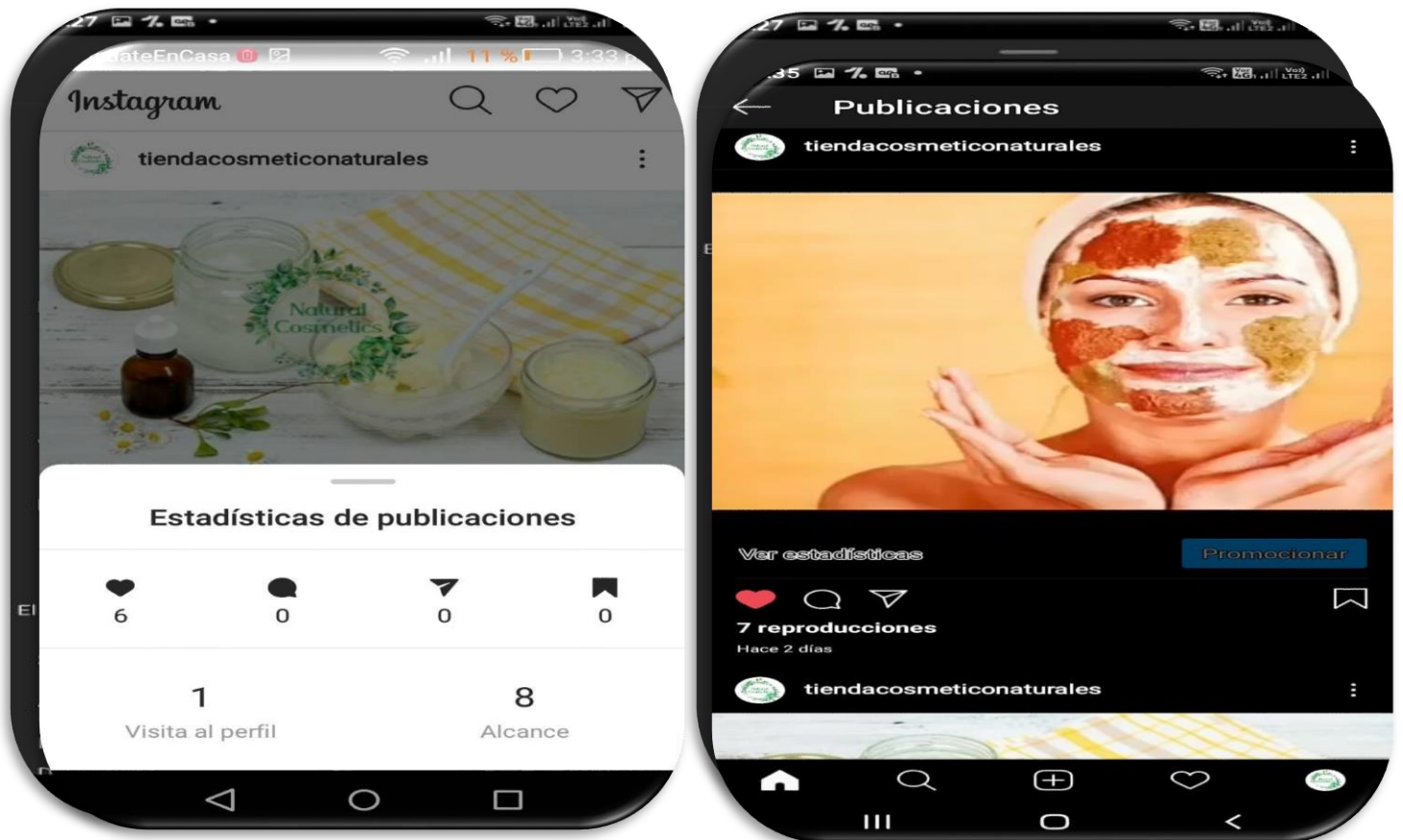
El primer beneficio que podemos adquirir con esto es aumentar el tráfico de personas a la página web, queriendo decir con esto que el crecimiento de usuarios en instagram permitirá mayor visitas en el perfil de nuestra empresa.

El segundo beneficio que podemos obtener es el aumento de la interacción con los usuarios a través de contenido multimedia.

Tercer beneficio es conocer mucho más a los clientes y saber llegar a ellos de la forma correcta, a través de intagram empresarial podemos llegar directamente a nuestros usuarios y posibles clientes, por medio de lo me gusta, interacciones y reacciones a las historias, publicación de fotografías, videos en directo etc., así será más fácil conocer lo que el cliente desea y satisfacer su necesidad.

Otro beneficio es poder realizar una compañía con identidad propia, para esto cada una de las publicaciones se identificaran al 100% con la marca y lo que ofrece nuestra compañía, crearemos contenido creativo dinámico e interactivo para generar interacción con los usuario, y siempre estar recordando lo que queremos ofrecer.

Métricas claves



Interacciones generales



Interacciones de contenido



CAC (customer acquisition cost)

CAC = Gasto total en captación/N° clientes captados

$$CAC = 200.000/67$$

$$CAC = 200.000/67$$

$$CAC = 28.85,07$$

Podemos notar que en pocos días sin una inversión muy grande hemos logrado llegar a muchas personas, llenando de una u otra forma nuestras expectativas de querer cada día hacer crecer nuestro negocio y llegar a muchas personas más, que logren convertirse en nuestros clientes.

LTV (life time Valué)

Media general del lifetime de los clientes suele ser de 30 días. El valor medio de compra, o cesta media, suele estar en \$50.000 y el número de compras recurrentes por cliente durante 30 meses rondan en torno a 3, entonces tendríamos el siguiente resultado:

$$\text{LTV: } 30 * 5 * 50 = 7500$$

Comparación entre el CAC y LTV

Conocer el CAC y LTV de nuestra empresa es muy importante ya que nos permite realmente saber cuáles son las verdaderas métricas de nuestra empresa y no dejarnos llevar por métricas falsa.

Aunque resulta difícil calcular el LTV de una empresa que solo está creciendo y que aún no tiene tanto tiempo en el mercado y saber que tanto nos va aportar un cliente, al realizar el cálculo notamos que no es mucho hasta este momento la cantidad ofrecida pero que para iniciar nos sentimos bastantes satisfechos hasta este momento.

Al realizar la comparación del CAC y el LTV notamos que existe diferencia entre ellos pero que ambos son de importancia para conocer el avance que tiene nuestra empresa frente al público, deseamos cada día crecer como empresa y conquistar muchos clientes a los cuales podamos ofrecerles lo mejor y llenar sus expectativas.

Localización de proyecto

El proyecto de la empresa de cosmetología natural “Nature cosmetics” se encuentra ubicado en el centro de Sincelejo, más específicamente en un local de el gran centro el parque.

El acceso se realizara desde la calle principal del centro de Sincelejo, calle 20, donde se encuentra ubicado la entrada del gran centro el parque frente el parque Santander de esta misma ciudad.

Capacidad

- ✓ Local de distribución de 30 m² promedio
- ✓ Local comercial para 15 personas.

Matriz de decisión

Tabla 8

La siguiente tabla contiene la matriz de decisión de selección de la Macro localización.

Necesidades		Alternativa de localización			
		Local centro el parque			
Obligatorias	Energía	SI			
	Telefonía	SI			
	Internet	SI			
Necesarias	Costo de energía	30	10 Años	10	300
	Mano de obra	20	Bajo	8	160
	Costo de transporte	15	Muy buena	8	144
	Agua	10	Medio	5	75
	Infraestructura	15	Muy buena	8	80
	Alquiler	10	Buena	6	50
		100			809

De la anterior matriz podemos ver que el lugar escogido para la ubicación del negocio es el más adecuado ya que se encuentra en un punto de vista comercial, ubicado en el centro de Sincelejo, elegimos esta alternativa por las ventajas que nos ofrece el lugar.

Macro localización

El lugar seleccionado es un local de centro parque, que nos brinda mucho punto fuerte a favor de nuestro proyecto.

Ubicación de los consumidores o usuarios

La localización de nuestro proyecto es bastante centrada en la ciudad de Sincelejo, es un lugar donde a diario llegan Miles de personas balanceado entre hombre y mujeres, no sería muy complicado para nosotros conseguir un buen número de clientes.

Localización de la Materia Prima y demás insumos

La localización de nuestra materia prima será directamente adquirida desde los proveedores que trabajan en el mercado, puesto que son productos frescos traídos mayormente desde los campos de cultivos.

Vías de comunicación y medios de transporte

Las vías de comunicación que utilizaremos serán:

- ✓ Redes sociales
- ✓ Correos electrónicos
- ✓ Página web Wix
- ✓ Números telefónicos

Los medios de transporte que utilizaremos son:

- ✓ Medios de transporte: estos serán contratados para llevarnos los productos listos para la venta a nuestro local.

- ✓ Transporte de distribución: utilizaremos los medios de logística para la distribución de nuestros productos a todo el país (Servientrega e Interrapidísimo).

Infraestructura de servicios públicos

- ✓ Energía: contamos con buen servicio de luz puesto que estamos ubicado en el centro de la ciudad, y hay generadores en caso de emergencia.
- ✓ Conexión a Internet: contamos con una excelente conexión a internet pues hay fibra óptica de buena velocidad en gran parte del centro.
- ✓ Servicio de agua: tenemos buen servicio de agua, porque hay alcantarillado en la mayoría de la ciudad.

Políticas, planes o programas de desarrollo

Nuestros productos tienen como objetivo principal suplir el uso de químicos para la preparación de cosméticos, los cosméticos naturales utilizarán productos del campo de alta calidad para el cuidado del cuerpo en general sin el uso de químico que maltrata la piel.

Normas y Regulaciones Específicas

Seguiremos al pie de la letra todos los protocolos de las leyes constitucionales y de salud para distribuir los productos naturales cumpliendo todas establecidas por el gobierno de Colombia.

Tendencias de desarrollo de la región

El país colombiano tiene una excelente fauna y flora para el cultivo de la materia prima que se necesita para la elaboración de nuestros cosméticos naturales, Colombia se desarrolla en gran manera por sus tierras fértiles utilizadas en los cultivos.

Condiciones climáticas, ambientales, suelos

El campo colombiano nos proporciona versátilmente grandes variedades de productos, pues se puede cultivar en climas fríos y en climas cálidos.

Interés de fuerzas sociales y comunitarias.

Existen muchas personas en la ciudad de Sincelejo interesada en adquirir productos cosméticos de origen natural ya que los productos cosméticos a base de químicos a largo plazo causan daños en la piel, por esta razón se está exigiendo en mayor cantidad cosméticos naturales en esta región.

Micro localización

Nuestra localización precisa es en el centro de la ciudad de Sincelejo en un lugar llamado centro parque (frente a la iglesia católica central y el parque Santander)

Disponibilidad y costos de Recursos: Mano de Obra, materias primas, servicios de comunicaciones.

Se hará una inversión de aproximadamente 1.300.000 para la renta del local, se construirá un pequeño baño para los empleados, con un costo aproximado de 600.000.

La mano de obra para los empleados tendrá un valor de 890.000 pesos mensuales, para las materias primas inicialmente se piensa invertir 2.000.000 de pesos y para los servicios de comunicaciones se van invertir 350.000 mensuales.

Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.

Nuestra competencia es muy baja porque no hay muchos puntos de ventas de cosméticos naturales en la ciudad de Sincelejo, el punto de competencia más cercano a nuestro local está a siete cuadras de distancia, tampoco tenemos muchas limitaciones tecnológicas pues contamos con buena señal para la telefonía y gran cobertura de conexión a internet por fibra óptica.

Las consideraciones ecológicas son pocas pues hay buenos protocolos tanto de limpieza como de seguridad ecológica en el centro de la ciudad

Costo de transporte de insumos y de productos.

El costo de transporte de insumos será aproximadamente de 100.000 mensuales y los costos para la distribución de los productos serán de máximo 15.000 pesos por productos a todo el país.

Definición de requerimientos

Tabla 9

La siguiente tabla define los requerimientos técnicos de nuestro proyecto

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	La empresa necesita de una bodega amplia, iluminada, conexión a internet y sin humedad. Se hace relevante tener las oficinas dentro de la misma infraestructura de la bodega, permitiendo una focalización del negocio, favoreciendo que los pedidos sean perfectamente tomados y entregados al cliente final.	1 Bodega(local)	Arriendo 1.300.000 Energía Eléctrica 200.000 Servicio de Agua 150.000	Instalación de agua
	Construcción un baño	1	\$ 600.000	Instalación baño
	Aire Condicionado	1	\$ 1.350.000	Instalación
	Fibra Óptica de internet	1	\$ 150.000	Instalaciones
Maquinaria y Equipo	Caja Registradora	1	\$ 640.000	Instalación
	Cámara de Seguridad	4	\$ 570.000	Instalación
	Equipos de laboratorio	1	\$ 800.000	Compra de equipos
Equipo de comunicación y computación	Computadores	3	\$ 3.000.000	Compra de equipos
	Teléfonos	2	\$ 120.000	Compra e instalación
	Celulares	3	\$ 2.000.000	Plan Operadora

Muebles y Enseres y otros	Sofá	1	\$ 700.000	Compra y envío
	Dispensador de agua	1	\$ 340.000	instalación
	silla tipo escritorio	3	\$ 139.900	Compra y envío
	Mostrador de Vitrinas de vidrios	7	\$ 2.100.000	Compra y envío
Otros (incluido herramientas)	Maquina etiquetadora de precios		\$ 60.000	Compra y envío
	Escáner código de barra		\$ 100.000	Compra e instalación
	Impresora térmica		\$ 110.000	Compra
Gastos pre- operativos	Campaña publicitaria (redes sociales, televisión, radio y presencial)	10	\$ 3.500.000	Personal publicitario
	Costo de aperturas (fiesta de lanzamientos)	1	\$ 1.000.000	Preparativos de fiestas
	Mantenimiento	1	\$ 700.000	Personal requerido

¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operaciones?

Si es necesario un lugar físico de operaciones para nuestro negocio ya que en el entorno altamente competitivo en el que hoy vivimos, es necesario un espacio donde reunirse e implementar mejores prácticas a nivel global de nuestra empresa.

Debido al ambiente de continua innovación donde la tecnología, la logística, la información y la conectividad juegan un papel importante, bajo un enfoque de procesos, se transforman bienes y servicios para clientes y de esto se encarga toda la parte operacional de la empresa.

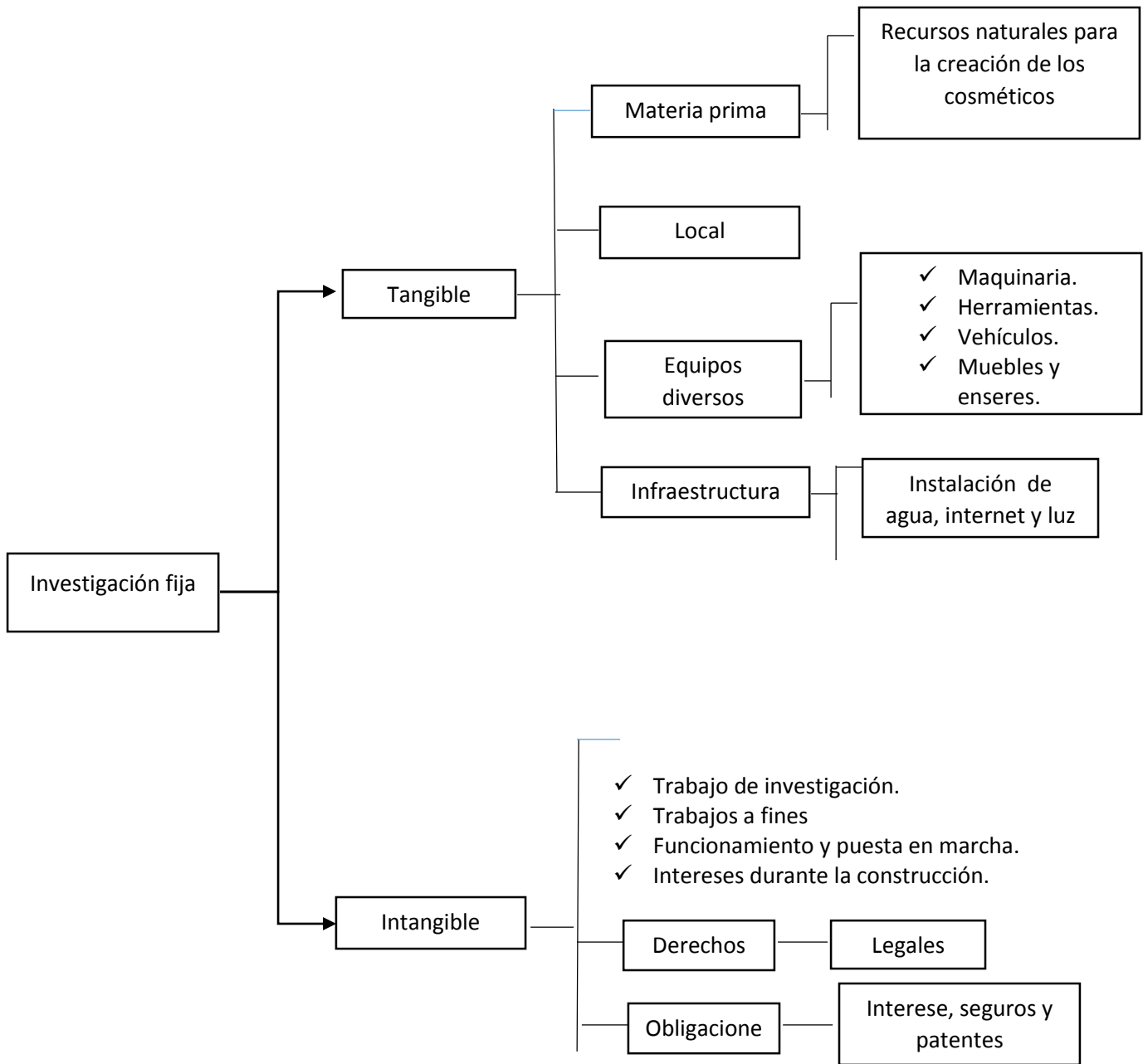
Requerimientos de inversión

Inversión fija tangible

- ✓ Materia prima.
- ✓ Local
- ✓ Equipos diversos
- ✓ Infraestructura

Investigación fija intangible

- ✓ Trabajo de investigación
- ✓ Estudio a fines
- ✓ Funcionamiento y puesta en marcha
- ✓ Intereses durante la construcción
- ✓ Derechos
- ✓ Obligaciones



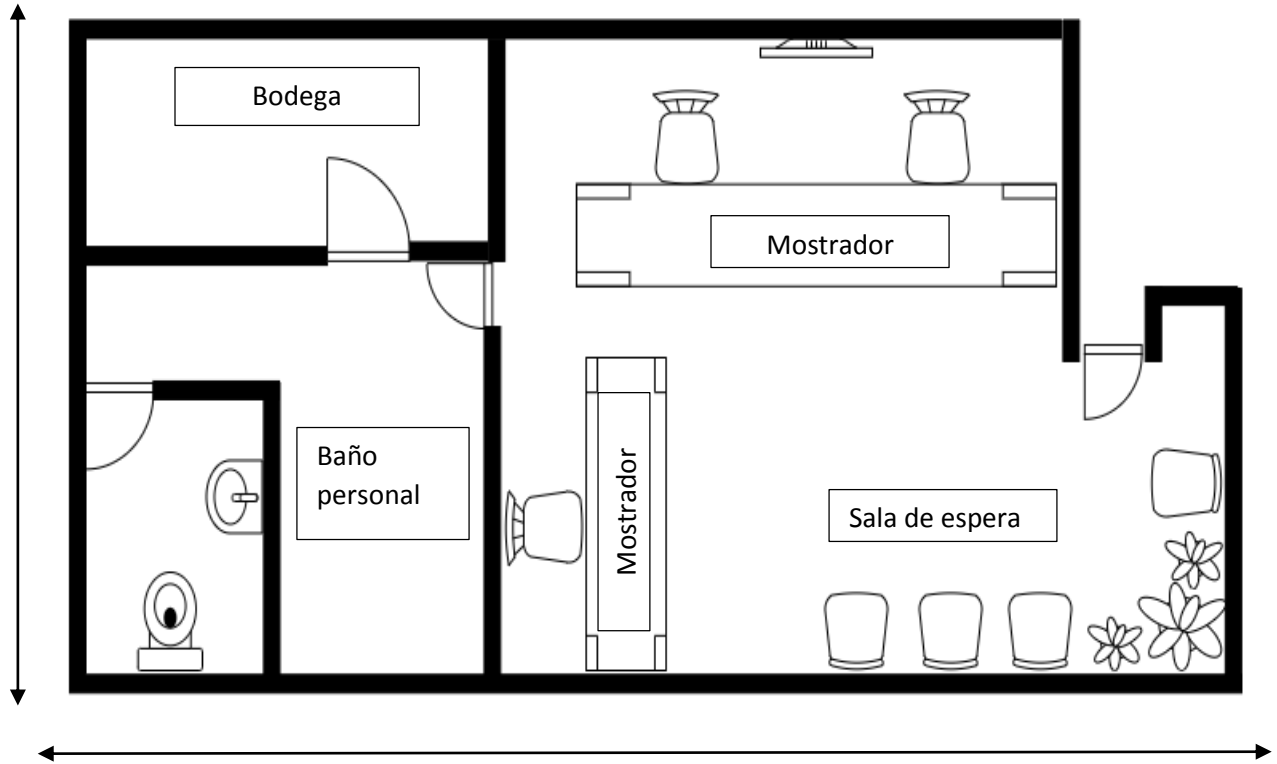
Condiciones técnicas de infraestructura

La distribución del local será de 30 m² con una capacidad para 15 personas, los 30 metros estarán distribuidos en un baño pequeño para uso personal, un espacio de espera para nuestros clientes, en frente dos espacio de mostrador para la atención de los clientes, una pequeña bodega al fondo.

Plano del local

<https://online.visual-paradigm.com/app/diagrams/#diagram:proj=0&type=FloorPlan&gallery=/repository/db69fb4f-09bb-4327-b7d9-7d6df4ae2eb5.xml&name=House%20Floor%20Plan>

5mt



6mt

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

Tabla 10

La siguiente tabla muestra de requerimientos de operación de nuestra empresa.

Bien/Servicio				
Unidades a producir				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (Minutos/Horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (Cantidad de productos/ unidad de tiempo)
Recepción del cliente	1 minuto	Recepcionista	1	
Atención del ejecutivo de ventas	1 minuto	Ejecutivo de ventas	1	
Escuchar las necesidades del cliente	5 minutos	Ejecutivo de ventas	1	
Ofrecimiento del servicio	5 minutos	Ejecutivo de ventas	1	
Aceptación del servicio por cliente	1 minuto	Ejecutivo de ventas	1	
Reunir información del cliente	2 minutos	Ejecutivo de ventas	1	
Entrega de domicilio	2 horas	Domiciliario	1	transporte
Entrega de envío	2 días	Domiciliario	1	Transportadora
Total				

Elaboración de Flujo grama.

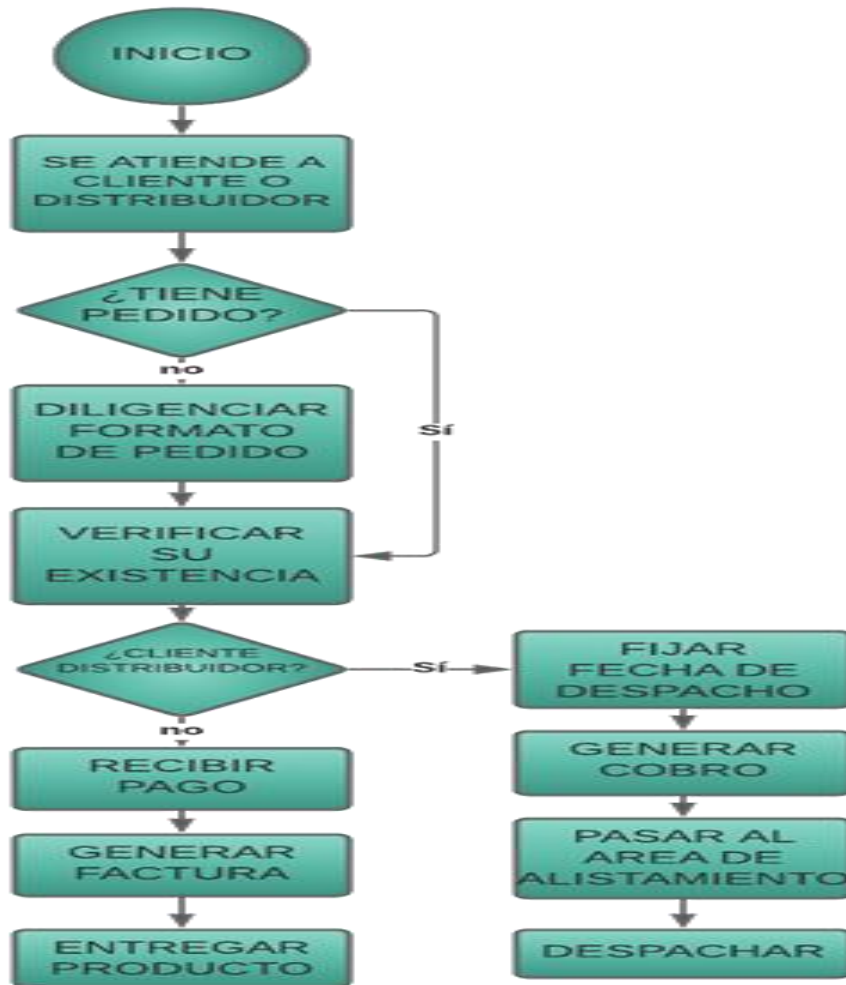
Proceso

1. Inicio, contacto con el cliente ya sea personal o por un medio de telecomunicación

Se atiende cliente o distribuidor

2. ¿El cliente tiene el pedido diligenciado?
3. Sí, saltar al paso 5
4. No

5. Llenar el formato pedido
6. Se verifica existencia
7. ¿Cliente distribuidor?
8. Si
 - a. Se fija fecha despacho
 - b. Se genera cobro
 - c. Se pasa al área de alistamiento
 - d. Despacho
9. No
 - a. Generar factura
 - b. Recibir pago
 - c. Entregar producto




Ficha técnica del producto

Tabla 11

Ficha técnica del producto polvo compacto

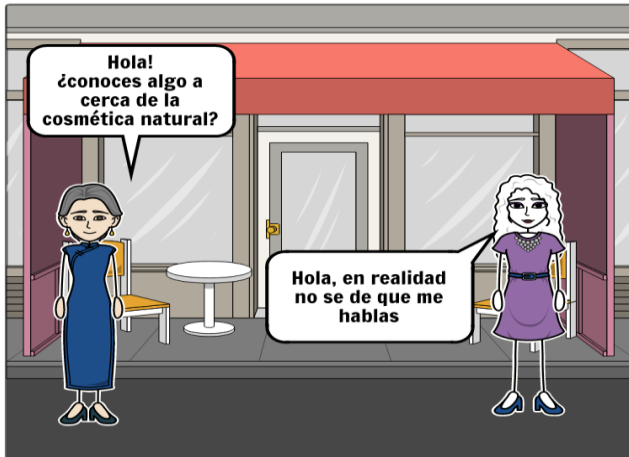
	NATURAL COSMETICS		
	CODIGO: 1111	VERSIÓN	FECHA 14/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
Nombre del producto			
Polvos compactos			
Composición del producto en orden decreciente			
<p>Aceite de semillas de girasol Bio: Hidratante y reestructurante. Aceite de pepita de uva Bio: Protector cutáneo. Manteca de Karité Bio: Hidrata, revitaliza y regenera. Extracto de té rojo, Rooibos: Conservante vegetal y antioxidante. Aceite de soja Bio: Anti-edad con propiedades filmógenas. Aceite derivado de oliva: Aporta elasticidad a la piel. Vitamina E de origen vegetal: Antioxidante natural. Aceite de Karanja: Hidratante y reestructurante.</p>			
Presentación comerciales			
Polvo Compacto 14g			
Materiales de embaces			
Embace de plástico biodegradable, reciclado que ayuda al medio ambiente.			
Condiciones de conservación			
<p>Conservar en un lugar fresco, seco, protegido de la luz solar directa. Manténgase fuera el alcance de los niños, temperatura ambiente de 15° a 25°</p>			
Tipo de tratamiento, proceso de elaboración			

Tabla 12*Ficha técnica del producto labial.*

	NATURAL COSMETICS		
	CODIGO: 1112	VERSIÓN	FECHA 14/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
Nombre del producto			
Labiales			
Composición del producto en orden decreciente			
Vaselina liquida, Aceite esencial de limón, Makigreen D10, Makilene GC, Cetiol C5, Gel Natif Aloe Vera, Bentone 27V CG, Leucidal			
Presentación comerciales			
1 caja con un labial por 8 g			
Materiales de embaces			
Embace de plástico biodegradable, reciclado que ayuda al medio ambiente.			
Condiciones de conservación			
Conservar en un lugar fresco, seco, protegido de la luz solar directa. Manténgase fuera el alcance de los niños, temperatura ambiente de 15° a 25°			
Tipo de tratamiento, proceso de elaboración			
Realzar la belleza natural mientras protegen sus labios			
Vida útil estimada			
24 meses			

Producto Mínimo Viable (StoyBoard)

¿Que problema estas tratando de resolver?



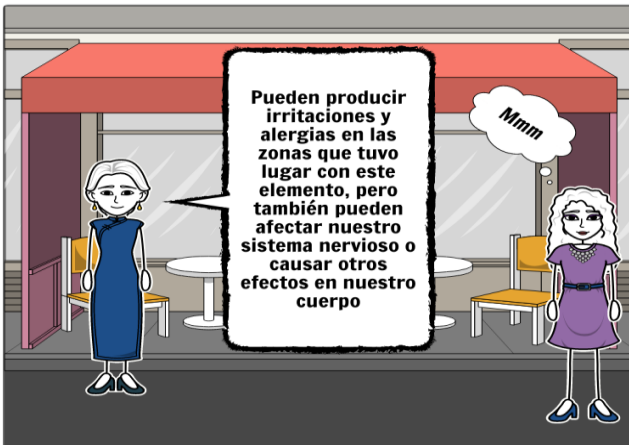
¿Quién es tu público objetivo?



¿Cómo resolverás este problema?



¿Cómo resolverás este problema?



Cuál es el primer paso?



Cuál es el primer paso?



CONCLUSIÓN

Podemos concluir que la cosmética natural es una forma de cuidado tanto en hombres y mujeres, en el estudio realizado anteriormente hemos dado a conocer la importancia de estos productos para mejorar la limpieza de la piel y evitar problemas dermatológicos a causa de los químicos, es recomendable utilizar cosméticos a base de materia prima natural desde la adolescencia, porque de esta manera nuestra piel puede conservarse en una mejor forma, saludable y joven durante el paso del tiempo.

En conclusión, los cosméticos con base naturales, traen excelentes beneficios para el cuidado de nuestro cuerpo de una manera más estética, mientras que los productos industriales nos dan una imagen más instantánea y con el tiempo nos dejan a su paso consecuencias futuras.

Concluimos todo el proceso de construcción de nuestro proyecto ha sido de gran beneficio para nuestra empresa ya que no ha ayudado a conocer a fondo nuestras necesidades y conocer las necesidades de nuestros clientes, con todo este procesos hemos podido corregir, mejorar y lograr llenar a fondo las expectativas de nuestros clientes.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

Acedo., F., (11 de febrero de 2011). *Piel bonita sin cosméticos con Sales Minerales del Dr. Schüssler. [Entrada de blog]. Recuperado de*
<http://noticiadesalud.blogspot.com.co/2011/02/piel-bonita-sin-cosmeticos-con-sales.html>,
fecha de consulta 12 de marzo de 2017.

Programación fácil, SEO y marketing. *Cómo Crear una Landing Page en Wix 2020 (Paso a Paso)* https://www.youtube.com/watch?v=KGGqUBZMWSQ&feature=emb_title.

Emprendedor eficaz. *¿Cómo se hace Marketing en las Redes Sociales?*
https://www.youtube.com/watch?v=BLMb8ikUs-o&feature=emb_title.

Plataforma virtual [CUN 2020]. *Introducción al marketing digital*
<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/Qfm4wYkdgwNom5F#pdfviewer>.

Plataforma virtual [CUN 2020]. *Plan marketing digital*
<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/GMYjEGaXiWjFy3a#pdfviewer>.

Plataforma virtual [CUN 2020]. *Estrategia de marketing digital*
<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/LDDo4mPKgsagmCq#pdfviewer>.

Página de registro [WIX]. *Creación de landing page*
<https://www.wix.com/dashboard/324df2bc-07ac-4163-85d2-7118b656a1d3>.

Alva natural. *Ventajas y desventajas de la cosmética natural*
https://www.albanatur.com/blog/67_Beneficios-y-Ventajas-de-la-cosmética-natural.html.

Natura (s.f.). Recuperado de <http://www.natura.com.co/natura/>

Daniel Miller. *¿Que es el Green Marketing? - Marketing Verde.*

<https://www.youtube.com/watch?v=nVknRzHeCpw>.

Plataforma virtual [CUN 2020]. *Ventajas de producción más verde*

<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/CL7SwG4xYxFKNFR#pdfviewer>.

¿Qué tipo de plan de Marketing Digital puede usar? (2018). Retrieved from

<http://search.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/login.aspx?>

[direct=true&db=edsens&AN=edsens.610314791&lang=es&site=edslive&scope=site](http://search.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/login.aspx?direct=true&db=edsens&AN=edsens.610314791&lang=es&site=edslive&scope=site)

Plataforma virtual [CUN 2020]. *Modelos de negocios*

<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/TQ2r2XGQTCn6DAo#pdfviewer>.

UDLAP. *Metodología: modelo de negocios por internet*

<https://www.youtube.com/watch?v=y0OTfydMpNk>.

Plataforma virtual [CUN 2020]. *Presentación modelos de negocios*

<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/9erMLR6qExcEbNg#pdfviewer>.