

Tienda online con productos importados

Beauty ems

Eimys Coba Molina

Sandy Paola Barros Atencia

Mileidys del Carmen Sierra Silvera

Docente:

Jhon Alexander Gonzales dorado

Grupo: 50101

Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables

Cun

25 octubre 2020

INTRODUCCIÓN

El producto objeto de este proyecto es una tienda online de productos importados, enfocándonos en el sector de los productos de belleza. Teniendo En cuenta los grandes avances tecnológicos surge este proyecto de investigación con el fin de analizar la viabilidad de crear una tienda virtual.

El comercio electrónico ha venido creciendo en nuestro país y en diversos sectores y por medio de este proyecto buscamos el diseño y la Implementación de una Tienda online, dándole paso a un nuevo e innovador canal de distribución de estos productos, facilitando a los clientes la opción de realizar sus compras sin salir de casa o simplemente, visualizar los artículos disponibles o consultar el estado de algún pedido realizado anteriormente.

Describimos la actividad a desarrollar por el negocio y la situación actual que estamos viviendo donde las plataformas virtuales has tenido un gran impacto. La idea de crear una nueva empresa cuyo objetivo no es competir por precio sino por calidad y servicio, se debe a la necesidad de encontrar en un solo lugar diversidad de productos y nuevas tendencias. La Tienda online de productos importados va a consistir en un interfaz Web dinámica que permita a los clientes consultar el catálogo de productos de diferentes marcas importadas, así como sus ofertas y novedades. De esta manera, cualquier usuario podrá mantenerse informado de todos los artículos disponibles que ofrece la tienda cada temporada, los clientes tendrán la oportunidad de acumular sus puntos por cada compra y redimirlo por productos o servicio El Usuario será el que lleve a cabo todas las funciones de búsqueda sobre el Stock. Existen dos tipos de Usuario; anónimo y registrado.

El proyecto fue desarrollado utilizando como base la plataforma de comercio electrónico E-Commerce, Esta aplicación permite configurar una tienda virtual que se adapte a las necesidades del cliente con la posibilidad de realizar los cambios que se requieran. En esta nueva disciplina parte de las necesidades del cliente final, ya que al utilizar la tienda virtual en un ambiente fácil de manejar en diferentes dispositivos lo más rápido y fácil.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El objeto del presente trabajo es llevar a la práctica los conceptos adquiridos durante el transcurso de la carrera, con el ánimo de contribuir a la creación de una empresa.

Diseñar un Plan de Negocios para la formación de una comercializadora de productos de belleza online

Ser una empresa online reconocida en el mercado a corto plazo

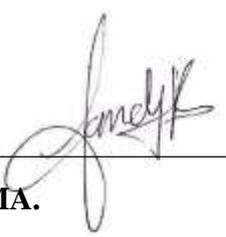
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Proveer nuestros clientes productos de muy buena calidad y asequibles.
- ✓ Ser una de las tiendas online más importante a nivel nacional y liderar el mercado
- ✓ Establecer la implementación de la puesta en marcha del negocio, en alcance, tiempo y costo.

Garantizar la plena y confiable entrega de nuestros productos

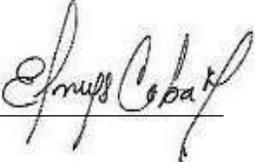
Compromisos de autor

Yo **Sandy Paola Barros Atencia**, identificada con CC. **1004306967** estudiante del programa de administración de empresas declaro que: el contenido de este documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que; ante cualquier responsabilidad 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.

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Eimys Coba Molina, identificada con CC. 328357865 estudiante del programa de administración de empresas declaro que: el contenido de este documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que; ante cualquier responsabilidad 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.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Eimys Coba Molina", is written over a horizontal line.

FIRMA.

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo **Mileidys Del Carmen Sierra Silvera**, identificada con CC. 32838443 estudiante del programa de administración de empresas declaro que: el contenido de este documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que; ante cualquier responsabilidad 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.

1. Descripción de la idea de negocio

TIENDA ONLINE CON PRODUCTOS IMPORTADOS

1.1. ¿Cuál es el producto o servicio?

2. Es un proyecto con el cuál buscamos generar ingresos a través de la venta de productos online, más específicamente productos de belleza importados, El negocio de los productos de belleza es un sector bastante amplio que ofrece diferentes oportunidades de negocio, desde la venta online. Nosotros ofreceremos a nuestros clientes una facilidad a la adquisición de los mismo por medio de nuestro sitio web, una variedad de productos exclusivos, novedosos, que están de moda en los últimos años, a un precio y promociones atractivas de los mismos, también ofrecemos un proceso de compra agilizando de manera eficiente, con un servicio personalizado, variedad, facilidad de pago, confiabilidad y seguridad en la compra. Durante el período más fuerte de la crisis económica, este sector de ventas online sobrevivió a base de adaptarse a las posibilidades económicas del cliente Y para nuestra tienda es una de las más grandes prioridades.

1.2 ¿Quién es el cliente potencial?

Nuestros clientes potenciales son las mujeres ya que los cosméticos, las herramientas para el cuidado y utilización de los productos de belleza en estos momentos se ha vuelto imprescindibles y ahora se han considerado como productos de constante demanda, la cual nos favorecerá el crecimiento y la importancia de los hombres al cuidado de la belleza personal incrementando, y considerándolos también clientes potenciales. con esto queremos facilitar a la población debido a

la emergencia ambiental que se está presentando la compra sin salir de casa de una manera fácil, rápido y segura.

- **¿Cuál es la necesidad?**

Los productos de calidad para el cuidado y la belleza a menudo tienen una gran demanda. Las personas quieren verse lo mejor posible y para hacer realidad su visión de la belleza desea los mejores productos, en especial el público femenino da mucho valor a la salud y a la buena apariencia del cuerpo, rostro y cabello, además la comodidad que ofrece nuestra tienda a sus clientes al momento de adquirir nuestros productos ya que en los últimos tiempos hemos adoptado las compras sin salir de casa y pensando en los clientes que pasan el mayor tiempo laborando y no tienen tiempo para visitar tiendas físicas.

1.2. ¿Como? Nuestra idea de negocio nace en la ciudad de Barranquilla, dentro de su proyección está llegar a clientes en todo el territorio nacional, algo que es viable gracias a la internet. La pandemia a la que se enfrenta el mundo actualmente nos obliga a implementar protocolos de bioseguridad en la manipulación, distribución y entrega de nuestros productos, garantizando así un servicio óptimo y seguro.

1.3. ¿Por qué lo preferirían? Hoy en día la cantidad de cosas que podemos hacer gracias a Internet es enorme, si algo nos fascina de Internet es la posibilidad de acceder a diferentes elementos y productos que, de otro modo, no podríamos tener. nuestro proyecto busca que los internautas tengan la sensación de tener la tienda en casa, práctica, rápida cómoda con Productos exclusivos de calidad, variedad de precio y productos.

2. Modelos de negocios

2.1 ¿Quiénes son los clientes?

Nuestra página online estará dirigida a todos los clientes que tengan la necesidad de nuestros productos en es especial a las mujeres que vayan a la vanguardia con lo novedoso de la belleza y sobre todo a personas que les guste la exclusividad que ofrece nuestra tienda online, de manera rápido, confiable y segura, por sistema de correo directo o paquetería.

- **¿Cuál es la propuesta de valor?**

Contaremos con un amplio catálogo de productos de belleza de calidad importados que no son fáciles de conseguir en el mercado haciéndolos asequibles a todo público, asesorías personalizadas, blook con alto contenido de tips de belleza, nuevas técnicas.

- **¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?**

Arquitectura del servicio

Nuestra tienda online tendrá elementos que la harán atractiva para sus futuros clientes para que puedan navegar y encontrar fácilmente lo que están buscando, Al momento de ingresar a nuestra tienda, el cliente podrá ver inmediatamente:

- **Un gran Catálogo de productos de belleza importados:** el cuál será su carta de presentación teniendo en su mayoría los productos disponibles acompañados de una ficha técnica, una fotografía, o incluso algún vídeo.

- **Menú dividido con categorías:** para darle facilidad en la búsqueda a los clientes acorde a su necesidad. Carrito de compras Haciendo más fácil llevar un control en sus compras permitiéndole añadir, eliminar o modificar cualquier producto elegido.
- **Formas de pago:** tenemos varias opciones de pago con las que buscamos que nuestros clientes opten por la que se sientan más segura o la que les brinde más facilidad desde su comodidad
- **Buscador:** cuando los clientes entren a la tienda buscando algo específico puedan encontrarlo de manera sencilla y rápida tecleando palabras claves para dar con el producto.
- **Página de contacto:** La atención al cliente es importante los futuros clientes tendrán la oportunidad conectarse para brindarles una asesoría personalizada, resolver sus dudas acerca de un producto, del proceso de compra o del envío.

- **¿Costos y precios?**

Adquirir los productos importados de una marca determinada (o varios) ya establecidos a bajos costos o en promoción para ofrecerles a nuestros clientes a un precio llamativo o a menor valor del que este establecido en el mercado nacional.

- **Mecanismo de entrega**

Tendremos Disponible varios canales o posibilidades dependiendo del domicilio del cliente, entrega directa: la tienda gestionará el transporte de los productos con sus medios logísticos dependiendo la ubicación de este

Servicio de entrega de paquetes: con una empresa reconocida que nos garantice una entrega puntual y fiable, el cliente asumirá los costos del envío que variarán de acuerdo a la cantidad de productos comprados por el cliente.

- **Ganancia esperada**

Nuestra tienda online de productos de belleza importados tendrá una rentabilidad de un 50% del valor de compra de su mercancía, teniendo en cuenta otros factores de compras podrán incrementar nuestras ganancias, las promociones obtenidas al momento de importar nuestros productos, el valor actual que tenga en el mercado nacional, la calidad y el valor percibido de la mercadería, volumen de venta y si el producto está de moda, así lograr obtener más rentabilidad a ciertos productos.

- **Recursos**

- seleccionar nuestros proveedores
- pequeña tendencia y novedosas de Marketing
- utilización de redes sociales, página web
- Plataforma de venta efectiva (publicidad en buscadores)
- promociones de ciertos productos
- atención de clientes personalizada

- **Fidelidad**

Una de las principales claves que utilizaremos para fidelizar a nuestros clientes es creando una relación con ellos ¿de qué manera Interactuando con nuestro cliente, logrando una conversación para conocer lo que le interesa y sobre todo teniendo siempre esa predisposición de ofrecer una información útil, necesaria, recomendación de productos, brindando una atención personalizada, para así lograr diferenciarnos de otras tiendas, entregar nuestros productos por medios confiables, rápido, efectivo y robustos.

- **Cadenas**

- Compra internacional, negociación de precio y promociones de productos
- servicio de entrega y transporte de nuestros productos con empresa reconocida de larga trayectoria.

2.2 Escoja un modelo de negocio de venta por internet y responda estas preguntas

El modelo de negocio es E-commerce

2.2.1 Como captar sus clientes según el modelo de negocio

- diseños atractivos de nuestra página online
- fácil manejo
- Productos atractivos y exclusivos en el mercado
- ahorro del tiempo del consumidor
- redes sociales como (Facebook, Instagram, WhatsApp)
- nuevas tecnologías para atraer, captar, y fidelizar a los consumidores más jóvenes.

2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes?

- asesoría de nuestros productos
- entrega programada y posibilidades de devolución
- asegurarse de la satisfacción del cliente con el producto comprado
- producto exclusivo de buena calidad
- entrega rápida del producto el mismo día que se efectúe la compra
- seguimiento completo del producto

2.2.3 ¿Cómo cerrar la venta por internet y cuáles serían los medios de pago?

Al momento de que el cliente nos contacte interesado en nuestro producto responde de una manera rápida para saber en qué se le puede ayudar a nuestro cliente, para eso debemos conocer nuestros productos para responder acertadamente a las dudas que tenga, dar información necesaria, ¿cuándo el cliente ya se ha decidido por nuestro producto hacer un interrogante a nuestro cliente como desea algo más? Luego tomar los datos del cliente y ofrecer los medios de pagos establecidos por nuestra tienda para su escogencia.

Los pagos serán ajustados a la preferencia del cliente por medio de transferencias bancarias, pagos electrónicos, contra entrega.

3. Innovación sostenible: nuestra empresa por ser una tienda online de productos importados no maneja directamente materia prima, somos intermediarios para la compra y venta de productos, por consiguiente, la empresa implementaría alternativas sostenibles desde la parte interna (oficina y bodega), llevando un control con el exceso de plásticos de los empaques de los productos, por otra parte, generaríamos facturas electrónicas con el fin de mitigar un poco el impacto ambiental por residuos y consumo de papel.

Como toda tienda online legalmente constituida tenemos un nombre y un logo que nos identifica, el cual usaremos impreso en las bolsas fabricadas en materiales biodegradables, aportando a la transformación que queremos conseguir, desde la innovación sostenible queremos proporcionar alternativas que incentiven a nuestros clientes a cambiar nuestros niveles de consumo y generación de residuos plásticos y además, los cuales diariamente contaminan y destruyen nuestros ecosistemas y no brindan ningún tipo de beneficio a nuestro planeta .

	AGUA	ENERGÍA	RESIDUOS
<p>VENTA DE PRODUCTOS IMPORTADOS: productos importados de calidad con precios asequibles y calidad garantizada.</p>	<p>Desde la oficina y de bodega haremos control del agua que consumimos para las diferentes actividades llevando un control de los productos que consumimos.</p>	<p>los computadores que usaremos serán portátiles por lo tanto utilizarán energía sólo para cargarse, en el caso de los equipos de impresión, el aire acondicionado entre otros, se mantendrán encendidos únicamente en el horario laboral, las luces se utilizarán sólo al final de la jornada gracias a la ambientación y espacios para que netre la luz natural, los vehículos que utilizaremos para domicilios serán a GNV(Gas natural</p>	<p>Al momento de recibir los productos importados le haremos revisión a los empaques con el fin de verificar su estado y reutilizarlos si estos lo permiten, la correcta recolección y clasificación de nuestros desechos, los empaques para hacer la respectiva distribución de nuestros productos será en bolsas biodegradables para de esta forma contribuir a el</p>
		contaminación por emisiones.	

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

4.1. ESTRATEGI OCÉANO AZUL

Actualmente las tiendas online tienen una importancia enorme en nuestra sociedad, cada vez más el comercio electrónico está cobrando más fuerza, nuestra tienda virtual, se ubica en el sector económico terciario perteneciendo al sector de servicios, ya que no produce bienes materiales.

Diariamente se navega por la web usando cada vez más teléfonos móviles para realizar consultas o realizar compras en línea.

No hay sector de la economía colombiana que no esté viviendo de alguna manera a estos cambios. según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (Ocde), la economía digital se define como el resultado de un proceso de transformación desencadenado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). “Su revolución ha abaratado y potenciado las tecnologías, al tiempo que las ha estandarizado ampliamente, mejorando así los procesos comerciales e impulsando la innovación en todos los sectores de la economía.

Colombia evidencia un aumento en el uso de los canales digitales Según una publicación de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, el e-commerce ha crecido entre 50% y 80% durante la cuarentena, siendo las categorías de deportes (85,6%), retail (52,9%) y salud (38,2%) las que más crecen.

Los comercios cada vez ingresan más al mundo digital. De acuerdo con la firma BlackSip, Colombia ocupa el cuarto lugar en Latinoamérica en el mayor número de ingresos en términos de ventas, después de Brasil, México y Argentina. Al respecto, en 2018 el país registró ventas por US\$6.000 millones y es la nación que más crecimiento registra en los últimos años y con mejores perspectivas en la región: se espera un incremento de 20% para 2021.

IDENTIFIQUE QUIEN ES SU COMPETENCIA

La competencia de tiendas virtuales es muy amplia, por lo tanto, se debe trabajar en estrategias muy sólidas para lograr destacarnos ante la competencia.

VARIABLES	DISEÑO WEB	CATALOGO DE PRODUCTOS	GESTIÓN DE STOCK	ATENCIÓN AL CLIENTE	RECONOCIMIENTO	SEGURIDAD	BIOSEGURIDAD	CARRITO DE COMPRA	MEDIOS DE PAGO
TIENDA ONLINE CON PRODUCTOS IMPORTADOS	4	4	5	4	5	4	4	4	4
SHOP PETRA	4	4	4	2	4	3	2	3	2
SUGOO BOUTIQUE	4	3	3	2	3	3	2	5	4
BAKARU	3	2	2	3	3	3	2	3	2
	Mantener	Mantener	Mantener	Incrementar	Incrementar	Mantener	Incrementar	Incrementar	Incrementar

Diseño web: con una apariencia corporativa coherente con el tipo de productos que se ofrece, colores predominantes, formas y elementos gráficos distinguibles, contenidos multimedia.

catálogo de productos: presentación de los productos que se desean comercializar con sus características de forma individual.

Gestión de stocks: variedad y cantidad de productos disponibles gestionada de forma correcta para prevenir fallos en el proceso de realización y preparación de pedidos.

Sistema de recomendaciones: Implementar un sistema que muestre otros productos cuyas características puedan estar relacionadas o sirvan para complementar a aquellos que resultan más interesantes para el usuario.

funciona automáticamente, aumentando el tiempo de permanencia, ya que la persona interesada siempre tendrá un aliciente para curiosear y motivarse hacia la compra.

Atención al cliente: implementar un sistema para atender las dudas o incidencias derivadas de posibles errores en los procesos como: --

Contacto por email para responder solicitudes o dudas de los clientes que no son de carácter urgente.

Contacto telefónico y WhatsApp para asesorar en tiempo real sobre la práctica de acciones relacionadas con el funcionamiento del sitio o interfaz de las páginas. Chat online en tiempo real para atender a usuarios que se muestran reticentes a utilizar cualquiera de los canales anteriores permaneciendo en el anonimato. Generadores de tickets para resolver problemas ocasionados por devoluciones.

Reconocimiento: Este es un beneficio que tiene como objetivo reconocer y/o festejar a los clientes futuros compradores. Se reconocerá conforme a los términos y condiciones, por ejemplo: acumulación de puntos por compras para redimir por productos.

Seguridad: Instaurar la seguridad para evitar que terceros puedan acceder a esta información evitando en lo posible situaciones comprometedoras.

Seguimiento del pedido: identificación de todos los procesos por los que ha pasado el pedido.

carrito de compra: El carrito de la compra indica información clara sobre la cantidad de productos que se incluyen en el proceso o eliminación de otros, mostrando datos asociados a los impuestos, gastos de envío, posibles descuentos, y la actualización de todos ellos en su conjunto.

Medios de pago : Ofrecer diferentes formas de pago para brindar mayor flexibilidad al visitante y favorecer la compra.

4.2. LAS 5 FUERZAS DEL PORTER

1. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

- Agregar valor a los productos y no el precio.
- Descuentos – ofertas
- Plan de reconocimiento por compras.

2. . PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

- Crear alianza entre ambas organizaciones
- Conseguir mejor precio
- Variedad de productos

3. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

- Mejorar los canales de venta
- Aumentar la inversión del marketing
- Incrementar la calidad del producto o reducir su coste

4. AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

- Aumento en marketing y publicidad
- Aumento de los canales de venta
- Proporcionar nuevos servicios

5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

- Desarrollar diferencias entre nuestros productos y los de la competencia
- Mejorar la experiencia de usuarios
- Promociones, ofertas y descuentos

INFOGRAFIA LAS 5 FUERZAS DE PORTER (ELABORACION PROPIA)



5. MARKETING MIX

5.1. Estrategias de servicio para clientes.

Como tienda Online, nuestro objetivo principal dentro del comercio electrónico (E-Commerce) es satisfacer las necesidades adquisitivas de los clientes, mediante la rapidez, simplificación, economía y confianza a la hora de realizar la compra de un producto, en este caso artículos de belleza, esto lo logramos mediante la importación directa de productos de la mejor calidad, seguros y confiables, así mismo, el correcto almacenamiento, debida manipulación y distribución, garantizando siempre que el cliente reciba exactamente el producto publicado u ofrecido.

Los productos a importar estarán dirigidos a un nicho específico inicialmente, en este caso la mujeres, pensando en ellas y en las necesidades o el deseo de tener al alcance productos importados de calidad que sean asequibles y les generen confianza y seguridad al momento de su uso, nuestro grupo en conjunto estudia antes de realizar la compra del producto a comercializar uno a uno sus componentes y característica revisando que estos cumplan con las exigencias esperadas, Al momento de realizar las publicaciones de nuestros productos a través de los diferentes canales de venta brindaremos una información verdadera de las características, ingredientes, modo de uso etc.

Para lograr estrategias de comunicación y promoción que sean efectivas para un buen posicionamiento en el mercado digital, se debe trabajar en la aplicación de prácticas que ayuden a avanzar e incrementar las ventas.

Como plan de introducción al mercado competente actual se implementarán tácticas de comunicación y distribución, acompañadas de estrategias de precios, servicio y promoción. De esta forma podremos impulsar las marcas que estarán conectadas a la plataforma desde la navegación en la página, la seguridad al momento de gestionar la compra.

Como valor agregado tendremos una atención post-venta donde el cliente contará con un servicio de orientación personalizada después de haber realizado su compra, contaremos con asesores capacitados para entregar información general de nuestra mercancía, esto se dispondrá en los diferentes canales de atención donde el cliente final tendrá una asesoría personalizada en línea si así lo desea y la opción de encontrar tutorías, recomendaciones, tips de aplicación, instrucciones paso a paso, y diferentes looks donde pondrán a prueba la calidad de nuestros productos.



Fuente, elaboración propia

5.2 PORTAFOLIO

ROL	CATALOGO	TUTORIALES	SERVICIOS
Donde Juego	<ul style="list-style-type: none"> -Línea de productos -Descuentos -Promociones -carrito de compras Medios de pago 	<ul style="list-style-type: none"> -Instrucciones paso a paso -Tips de aplicación -Recomendaciones - Orientación personalizada -Tendencias -tutoriales 	<ul style="list-style-type: none"> -Registro de clientes -Notificaciones -Atención al cliente -Chat -E-mails -preguntas -Seguridad -Mis compras -favoritos
Cual es el Juego	Mujeres entre los 18 años y mas que se preocupan por su cuidado personal	Mujeres entre los 18 años y mas que buscan estar siempre a la moda con las ultimas tendencias	Mujeres entre los 18 años y mas interesadas en nuestros productos.
	clientes entrando al mercado de 18 años y mas .	clientes compradores de los productos de 18 años y mas .	clientes registrados en la pagina de 18 años y mas .

5.2. ESTRATEGIA DE PRECIOS

Nuestra distribución de precio lo vamos a establecer teniendo en cuenta el cambio de divisa al momento de importar la mercancía que vamos a ofrecer a nuestros clientes considerando que nuestro emprendimiento se basa en importación de productos de belleza de alta calidad (originales). Otros aspectos a destacar es el valor o descuento que obtengamos al momento de negociar dichos productos más un 50% mínimo adicional a el valor de compra de la mercancía incrementando los costos de importación, costos de distribución, gastos administrativos y costos de manejo de la plataforma (equipos, internet y otros)

también tendremos en cuenta el valor establecido por la competencia de dicho producto y así ofrecer a un precio igual o 10% menor, también utilizaremos estrategias de ventas como son combos de productos en donde podamos establecer un mejor valor de la mercancía ofrecida.

5.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia de distribución que emplearemos en nuestra plataforma online es de crea nuestro propio blog para enseñar a nuestros clientes potenciales de una manera practica la utilización de nuestros productos técnicas y tutorías de los mismos, para que puedan observar como lucen por ejemplo los maquillajes o cualquier otro productos ofrecido en nuestra tienda online, ofreceremos un contenido visual de alta calidad implementado en nuestra redes sociales, un blog en nuestra página donde plasmaremos dichas características, recomendaciones de los productos a nuestros clientes, una asesoría personalizada, Potenciaremos las ventas y la marcas a través de influencer enviando muestras gratis para que puedan promovernos por medio de videos impulsando nuestros productos y paginas oficiales de venta, retroalimentando nuestra página con testimonios con los que podamos atraer la atención de nuestros futuros clientes.

5.3.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

En **BEAUTY EMS** comercializaremos nuestros productos a través del comercio electrónico (e-commerce) desde diferentes canales de atención por medio de páginas web, mercados en líneas y redes sociales, en ellas haremos la publicidad que se requiere para reflejar nuestra idea de negocio, utilizaremos las herramientas que nos ofrecen cada una de ellas para hacer parte de este mercado digital, aprovechando esos recursos haremos de nuestros sitios web paginas llamativas,

estéticamente estructuradas para atraer al nicho que queremos llegar inicialmente, en este caso la mujer, entre las edades de 15 y 50, sabemos que desde muy temprana edad las mujeres mostramos interés por mejorar y mantener nuestra apariencia física.

Revisaremos nuestros indicadores de alcance y visitas a nuestros sitios web, esto nos permitirá estar más cerca de nuestros clientes e identificar sus necesidades, esto no obligará a mejorar e innovar en lo que se considere necesario para nuestro crecimiento, diseñaremos nuestras páginas con claridad y fácil acceso para que puedan ingresar y conocer nuestros productos e informarse de todo nuestro contenido.

5.4 TABLA DE MARKETING MIX

MARKETING MIX						
	OBJETIVO SMART	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
ESTRATEGIA	Creá nuestro propio blog para enseñar a nuestros clientes de una manera practica la utilización de nuestros productos técnicas y tutorías de implementación de los mismos, características, asesorías personalizada , recomendaciones adecuadas.	creando un blog para enseñar a nuestros clientes de manera practica la utilización de nuestros productos.	Administradores de la pagina.	Desde el primer momento de la promoción de nuestros productos.	Pagina web, redes sociales (instagram - facebook)	\$ 3.000.000
PRODUCTO	Aumentar la conversión de contactos calificados a clientes en un 50% (de un aproximado de 50 a 65 clientes al mes) en los primeros 24 meses, para alcanzar un 20% de nuevos clientes y poder alcanzar productividad y rentabilidad.	campañas publicitarias en redes sociales - promociones , concursos.	Administradores de la pagina.	Desde el primer momento de la promoción de nuestros productos.	Pagina web, redes sociales (instagram - facebook)	\$500.000
PRECIO	Nuestra distribución de precio lo vamos a establecer teniendo en cuenta el cambio de divisa al momento de importar la mercancía que vamos a ofrecer a nuestros clientes considerando que nuestro emprendimiento se basa en importación de productos de belleza de alta calidad (originales). Otros aspectos a destacar es el valor o descuento que obtengamos al momento de negociar dichos productos más un 50% mínimo adicional a el valor de compra de la mercancía incrementando los costos de importación, costos de distribución, gastos administrativos y costos de manejo de la plataforma (equipos, internet y otros) también tendremos en cuenta el valor.	Dependiendo el valor de la moneda del país donde se vaya a importar.	proveedores	1-Mes	china -Estados unidos	\$ 7.000.000
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	Aumentar la comunidad de mi marca en instagram y facebook , aumnetar el tráfico a mi sitio web , obtener el 50% más de visitas con acciones de marketing.	promociones	seguidores y clientes que visitin la pagina	Desde el primer momento de la promoción de nuestros productos.	Pagina web, redes sociales (instagram - facebook)	\$ 1.000.000

6. MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

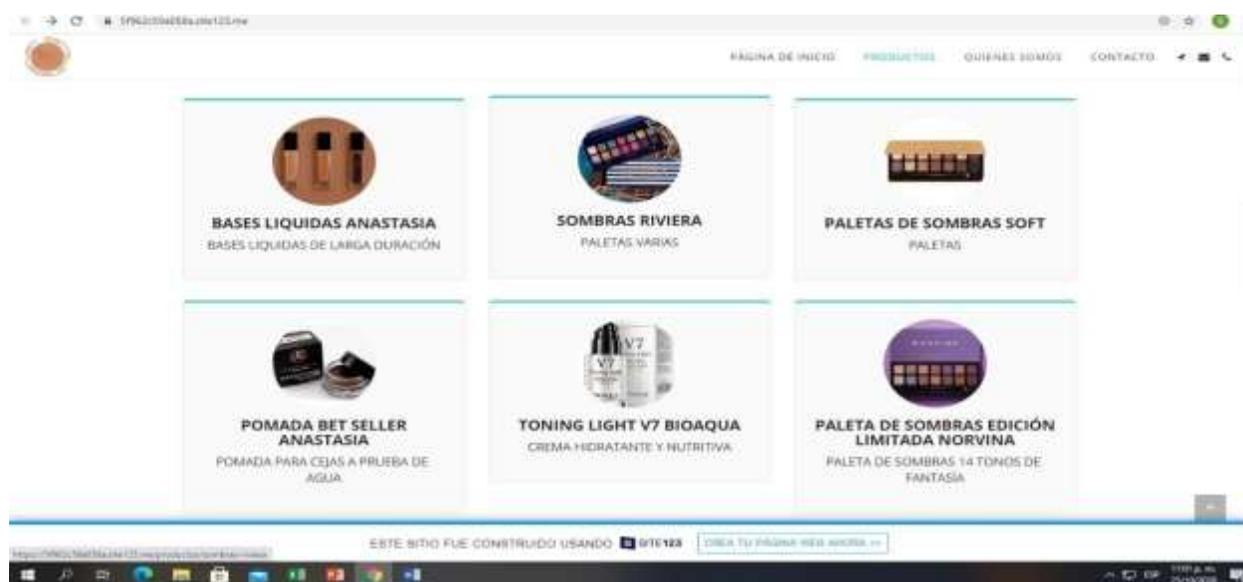
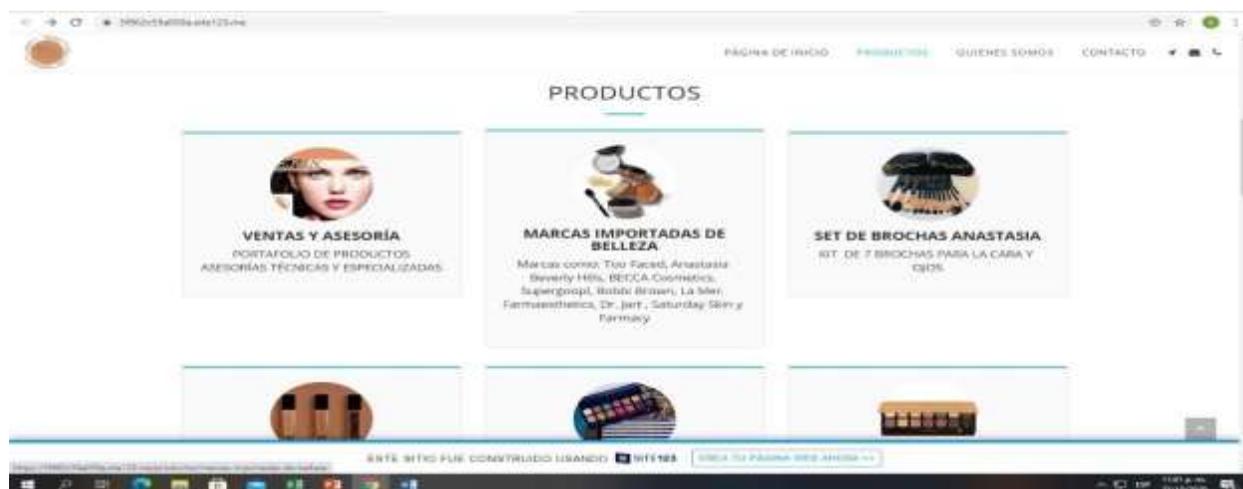
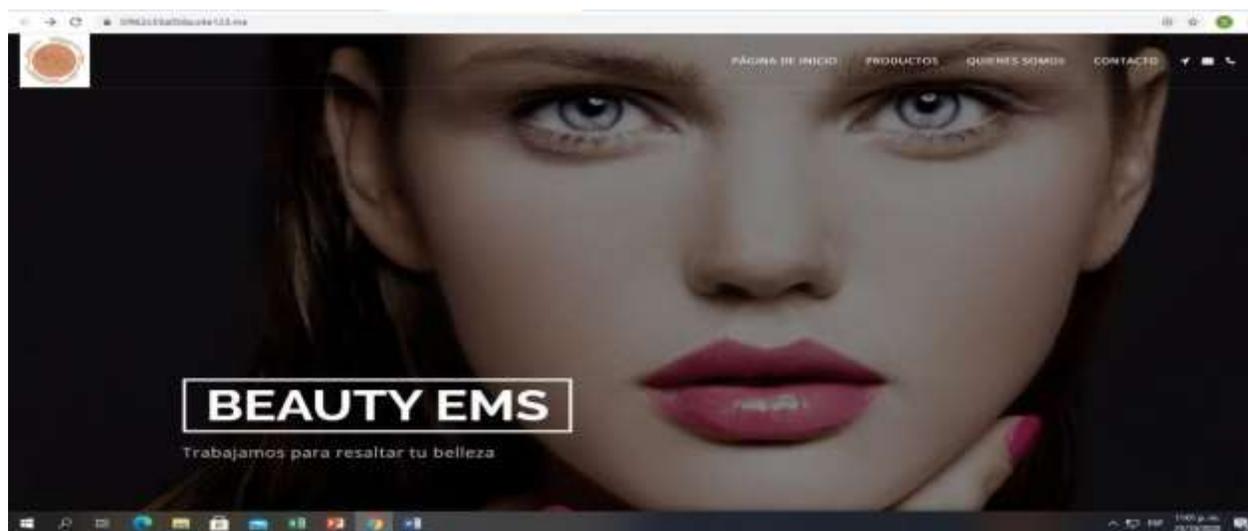
MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA		
NOMBRE DE LA IDEA	BEAUTY EMS	
PASOS	OBJETIVO	RESULTADOS
Primer paso: Diagnostico del mercado	A. Identificación del sector	Productos de belleza-cosmeticos-maquillaje
	B. Identificar marcas de competencia	Trendi- Rubi rose-cosmeti shop
	C. Soluciones principales y alternativas	Bases profesionales- paletas de sombras originales
	D. Tendencias del mercado	Sombras nude- delineadores de colores, iluminadores, brochas.
	E. Arquetipos de la marca	Amante, inocente
Segundo paso: realidad psicologica de la marca.	A. Percepción de las marcas de la competencia	Calidad, garantía.
	B. Identificar variables de neuro marketing	Colores, publicidad.
Tercer paso: posicionamiento	A. Identificar top of mind	este mercado digital atrae desde el sentido de la vista, cuando mi publicidad es atractiva clara y llamativa capto a mis clientes con facilidad, pueden llegar a reconocer la marca desde los colores, nombre de la tienda o productos.
	B. Identificar top of heart	las experiencias que generamos desde que iniciamos un proceso de compra, la confianza que producimos, el respeto y la responsabilidad que tenemos al atender una compra produce confianza en nuestros clientes, nuestra les brinda seguridad, eso es lo que deseamos y
	A. Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	BEAUTY EMS es una tienda online que manejará productos importados con los que

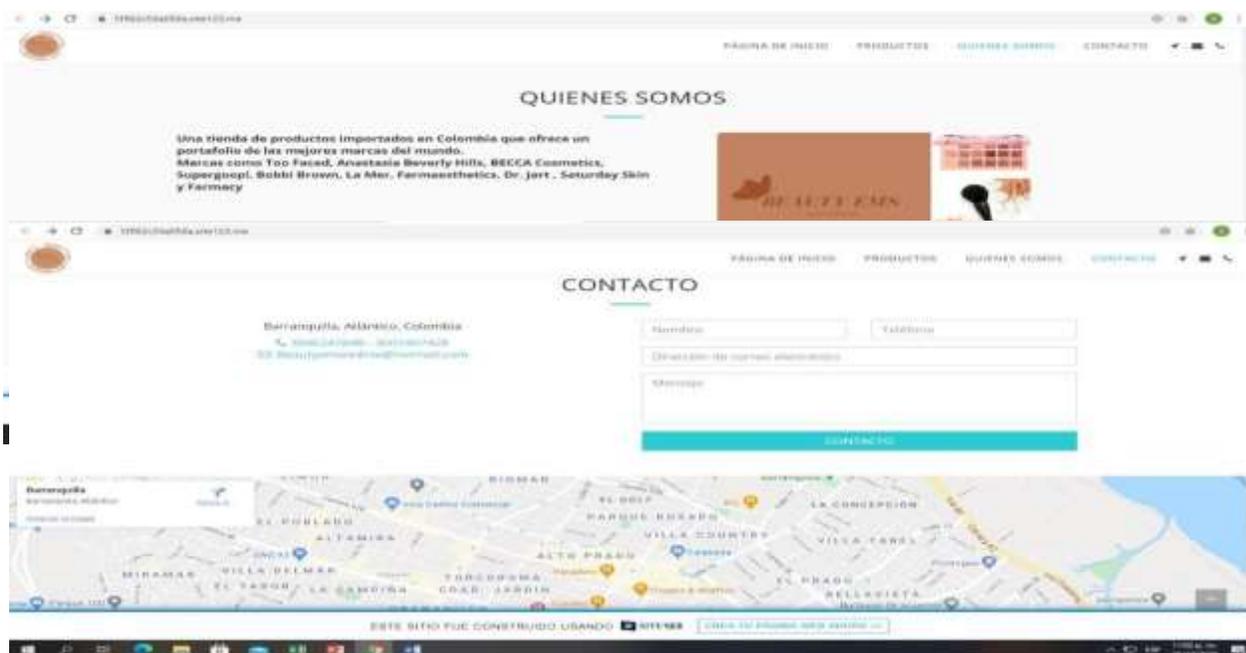
<p>Cuarto paso: realidad material de la marca</p>	<p>B. Definir arquetipo de la marca</p>	<p>desea llegar a las personas que desean verse bien y amen cuidarse y resaltar su belleza, aportaremos con ellos salud y mejorando su autoestima y amor propio.</p>
<p>Quinto paso: estrategia de comunicación</p>	<p>Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.</p>	<p>A través de páginas web, mercados en línea y redes sociales, en ellas reflejaremos nuestra idea de negocio, por estos medios manejaremos nuestros productos y emplearemos estrategias de atracción y diseño para nuestros clientes</p>

6.1. LOGO

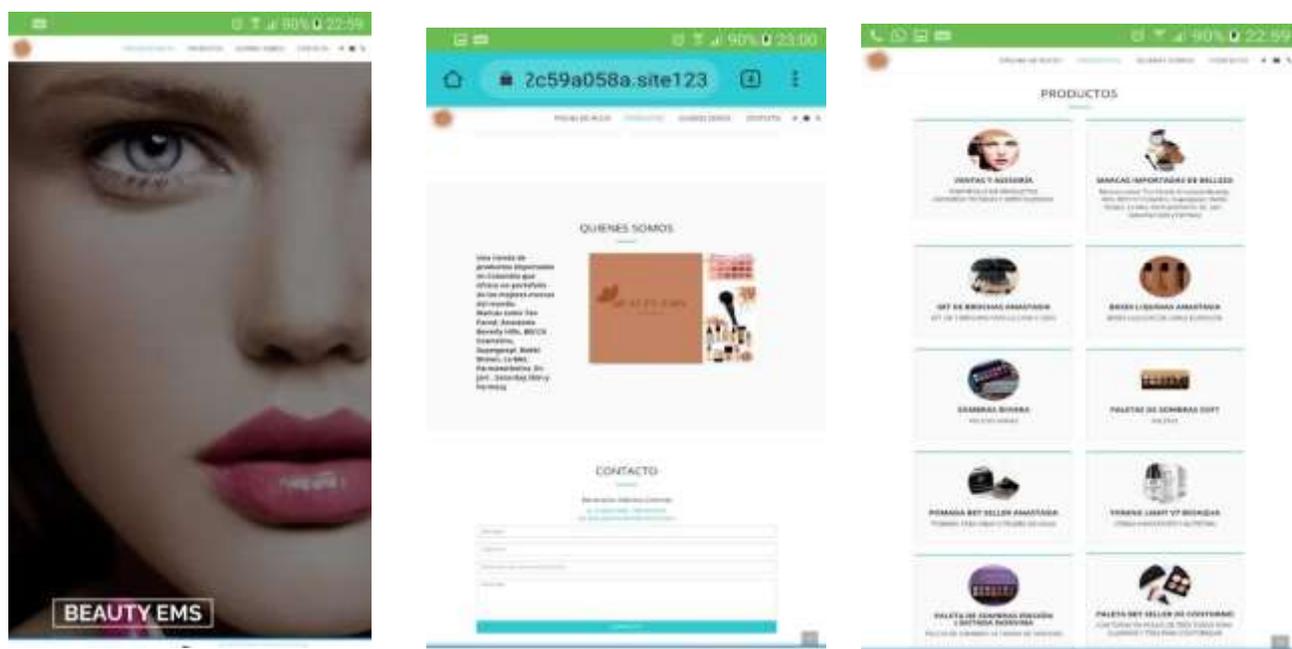


7. LANDING PAGE DESDE PC





7.1 DESDE UN DISPOSITIVO MOVIL



Fuente. Elaboración propia

7.2 ENLACE DE PÁGINA WEB

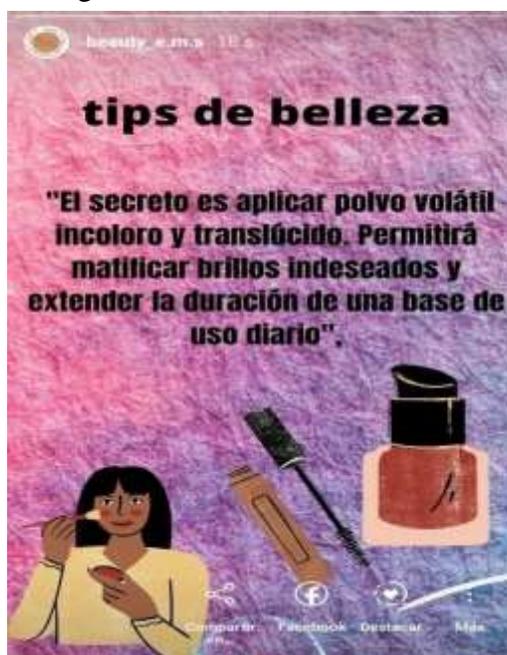
<https://5f962c59a058a.site123.me/>

8. ESTRATEGIAS DDE MARKETING DIGITAL

- Campañas creativas y divertidas que incluyan concurso.



- Historia de Instagram



- Página vinculada con Instagram

8.

beauty_e.m.s ▾ ●



2 Publicaci... 0 Seguidor... 0 Seguidos

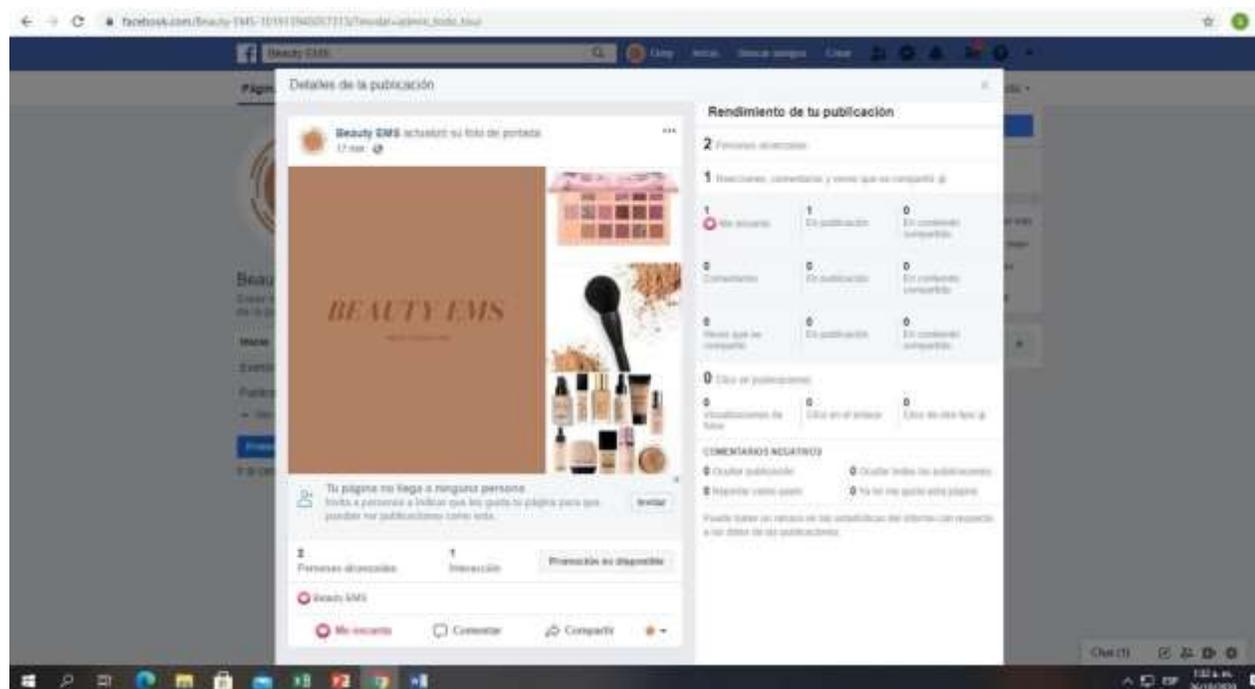
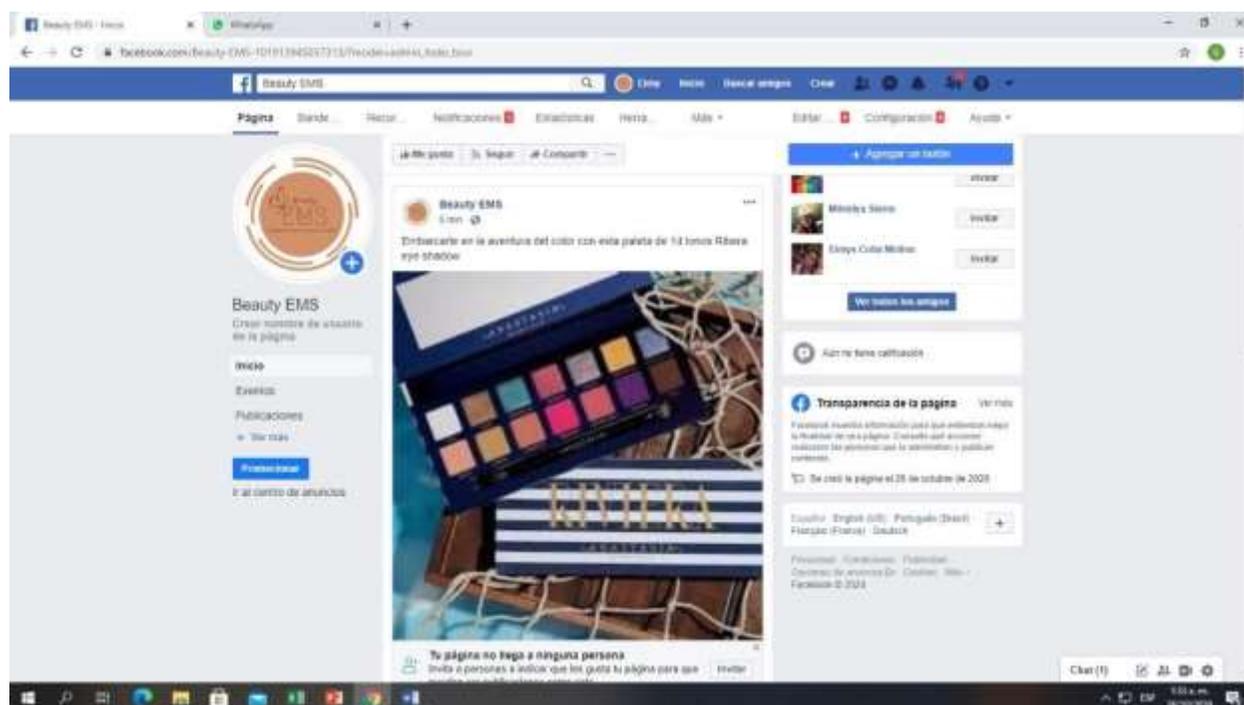
productos de belleza
BEAUTY EMS
Maquillaje importado de calidad 🛍️💄
Productos de calidad garantizada 💖
Trabajamos para resaltar tu belleza 🧴📈💄
5f962c59a058a.site123.me/

Editar perfil

Grid icon Profile icon



-9.



Fuente. Elaboración propia

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

la publicidad de la tienda online tiene como objetivo promocionar nuestros productos y ganar mucho tráfico cualificado. escuchar la opinión de los clientes en redes sociales para la toma de decisiones. Obtener resultados en tiempo real a través de interacciones de los usuarios, algo que no ocurre en la publicidad tradicional. que la información siempre este a la medida y disponible en cualquier momento.

10. ESTUDIO TÉCNICO

• MACRO LOCALIZACIÓN

La oficina y bodega de distribución estarán localizadas en la ciudad de Barranquilla capital del departamento del atlántico, escogida como el centro de operaciones para el resto del país. Políticamente limita al oriente con el departamento del Magdalena (de por medio el río Magdalena), al norte con el municipio de Puerto Colombia y con el mar Caribe (predios de la ciénaga de mallorquín, tajamar occidental y Puerto Mocho), al occidente con los municipios de Puerto Colombia, Galapa y Tubará.

Figura 1: Mapa de Colombia



Ilustración 1: Mapa de Colombia, elaboración propia

Figura 2: localidades de Barranquilla



Ilustración 2: localidades de Barranquilla elaboración propia

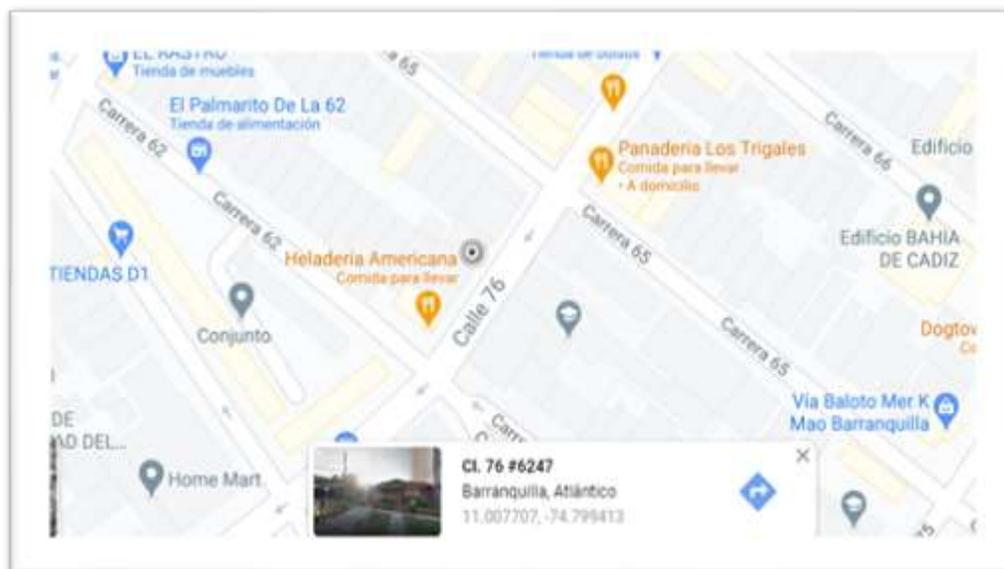
- **MICRO LOCALIZACIÓN**

Se tienen como opción el Barrio La Concepción calle 76 No. 62-47 ubicada en la localidad norte centro histórico. La ubicación de la empresa es en una zona comercial de fácil acceso dentro de la capital para realizar la distribución y manejo de los productos, con disponibilidad de todos los servicios públicos, de fácil acceso para camiones, Amplia zona de descargue y parqueo con terreno plano y estable.

Figura 1: localidad la concepción



Ilustración 3: localidad la concepción, elaboración propia

Figura 2: Dirección**Ilustración 4:** Dirección, elaboración propia

INSTALACIONES.

Infraestructura

Se requiere de una locación con un área para una oficina administrativa y de logística, otra área de bodega para el almacenamiento y distribución de la mercancía.

Figura 1: plano general

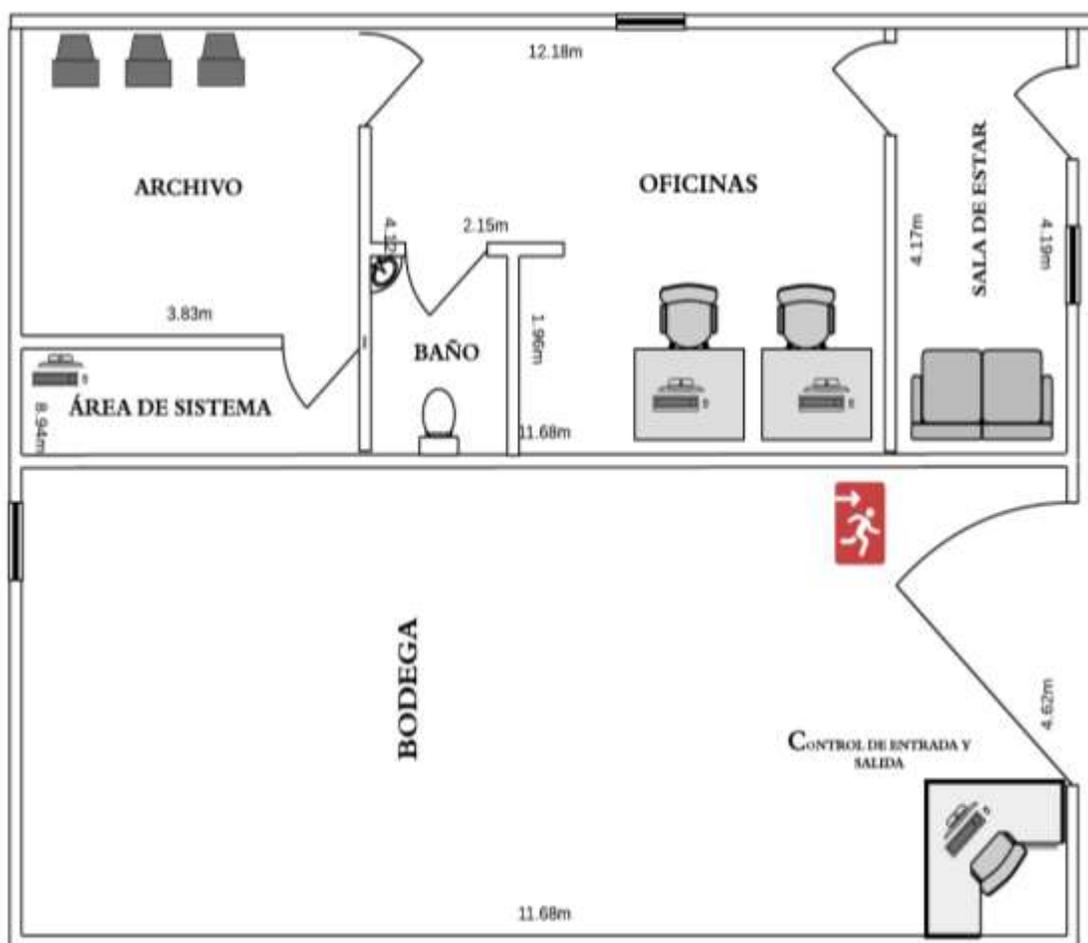


Ilustración 5: plano general, elaboración propia

Figura 2: planilla tamaño optimo

	TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	REQUISITO TECNICO
INFRAESTRUCTURA - ADECUACIONES	oficina-Bodega almacenamiento y despacho.		1	\$1.000.000	Áreas para administrar y almacenar
MAQUINARIA Y EQUIPO					
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	Computador	Computador Hg Intel Dual Core G4930 Cd 120gb Ram 8gb Monitor 20 Teclado Y Mouse	2	\$2.400.000	
	Impresora	Impresora HP Neverstop Laser M1000w	1	\$750.000	
	Router	Tp-link, Router Wifi Repetidor Avanzado N 450mbps, Tl-wr940n	1	\$120.000	

	Teléfono móvil	Procesador de 12nm y la memoria expandible 2+32 GB	1	\$500.000	
MUEBLES Y ENSERES Y OTROS	Escritorio en L		1	\$260.000	
	Sillas				
	Interlocutoras		2	\$280.000	
	Silla de escritorio		2	\$550.000	
	Archivador		2	\$624.000	
	Escritorio		2	\$500.000	
	Mueble de estar		1	\$350.000	
OTROS INCLUIDO HERRAMIENTAS					
GASTOS PREOPERATIVOS	Constitución		1	\$1.000.000	
	Registro		1	\$1.800.000	

Figura 2: planilla tamaño óptimo, elaboración propia

11. ESTUDIO TÉCNICO II

Tabla 1: recepción del pedido

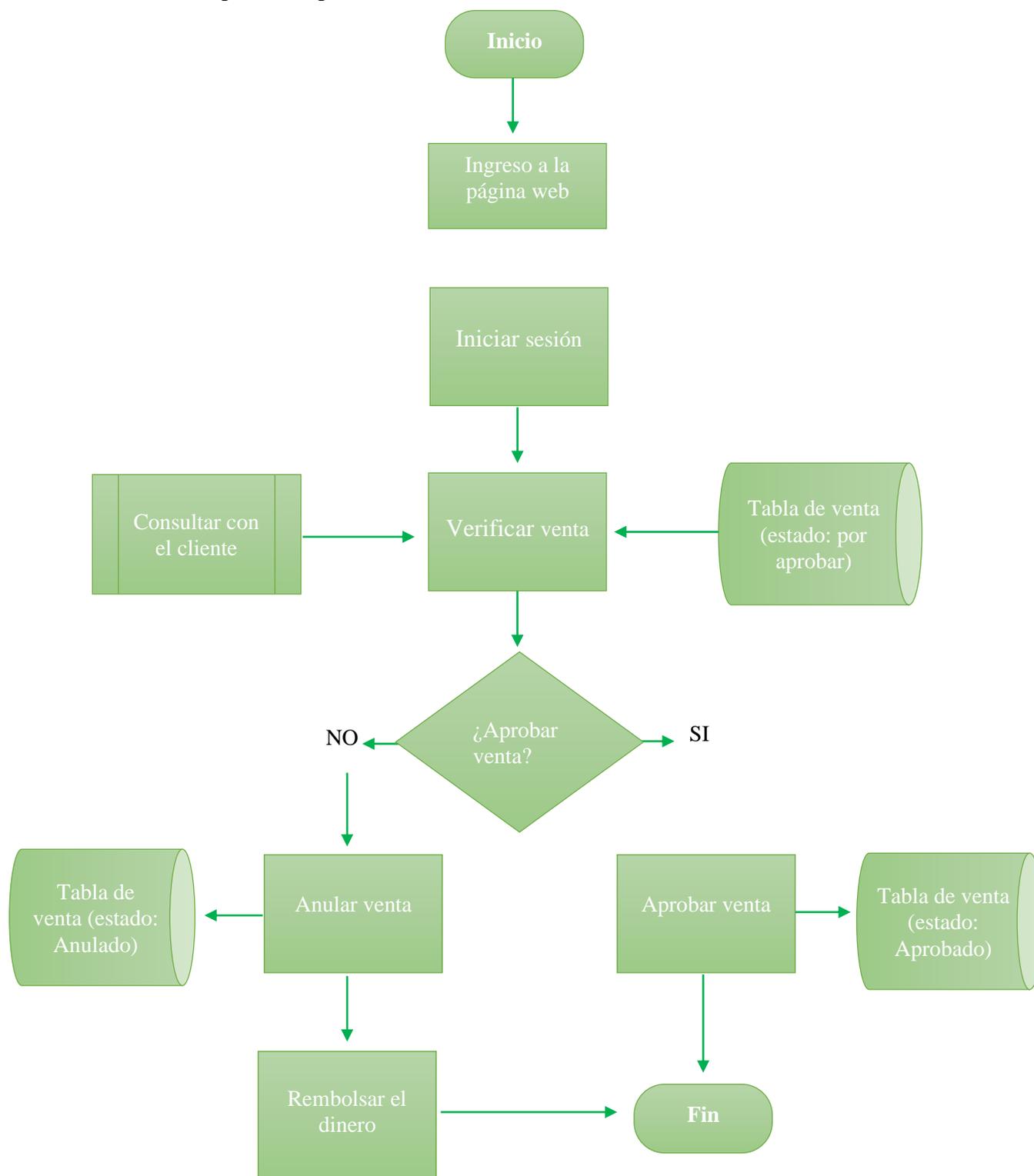


Tabla 1: recepción del pedido ,elaboración propia

RECEPCIÓN DEL PEDIDO:

INGRESO A LA PÁGINA WEB : esta etapa es donde el administrador, Mediante una computadora, ingresa a la página web utilizando un navegador web.

INICIAR SESSION: el administrador consulta todas las ventas con el estado “por aprobar” que se encuentran almacenadas en la base de datos en la tabla Venta. Se realizará la consulta con el cliente para obtener su conformidad de la venta, si el cliente da la conformidad de la venta el administrador aprueba la venta, caso contrario, anula la venta.

VERIFICAR VENTA : en esta etapa el administrador se comunicara con el cliente mediante llamadas telefónicas o correos electrónicos para verificar e informar sobre la venta realizada y obtener la conformidad o el rechazo de la venta por parte del cliente.

APROBAR VENTA: El administrador selecciona la venta que está siendo verificada y la aprueba cambiando el estado “por aprobar” a “aprobado”, con esto la venta ya está lista para ser producida y distribuida.

ANULAR VENTA: luego de ser verificada y rechazada por el cliente, el administrador selecciona la venta y la anula cambiando el estado “por aprobar” a “anulado” para luego continuar con la etapa del reembolso del dinero.

REEMBOLSAR DINERO: El administrador invalida la transferencia ,en caso no se pueda invalidar la transferencia, se realizará un depósito a la cuenta del cliente.

PRODUCIR PRODUCTOS: Proceso en donde se transforma la materia prima para obtener los productos que ya han sido vendidos y aprobados anteriormente.

VENTAS APROBADAS: El sistema mostrará una lista con las ventas almacenadas en la base de datos en la tabla ventas que tengan el estado “aprobado”. Esta lista mostrará el número de la venta, fecha de venta, productos, cantidad y estado.

Tabla 2: proceso de venta

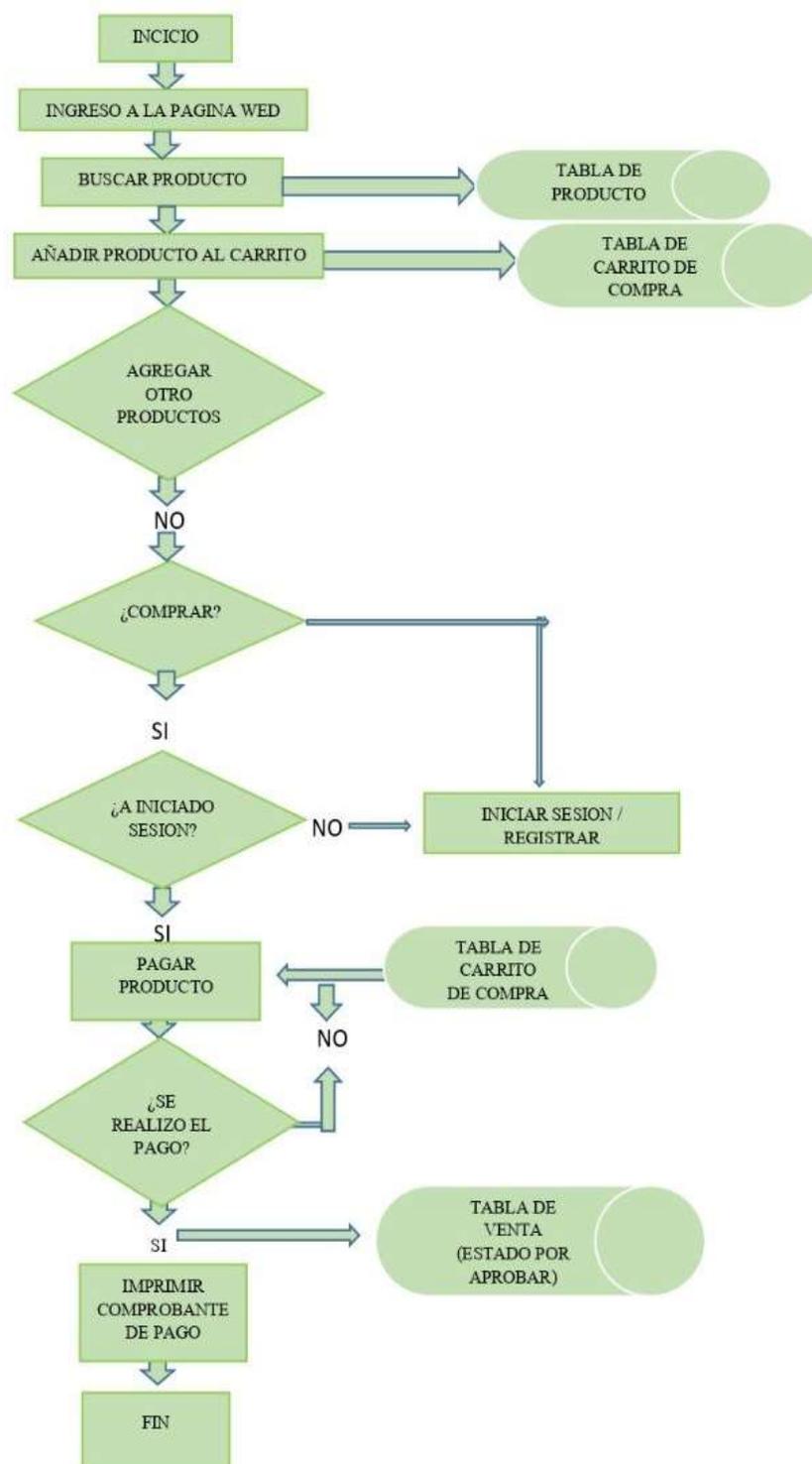


Ilustración 2: proceso de venta, elaboración propia

INGRESO A LA PÁGINA WEB: El cliente o visitante, ingresa a la página web utilizando un navegador web; donde al ingresar a la página se mostrarán todos los productos clasificados por categorías, además de los productos que se encuentran en oferta.

BUSCAR PRODUCTO: El cliente podrá buscar un producto de su interés donde el resultado de la búsqueda serán los productos iguales o similares mostrando el nombre y el precio.

AÑADIR PRODUCTO AL CARRITO: una vez elegido el producto que desea comprar el cliente tendrá la opción de agregarlo al carrito de compras, donde tendrá que seleccionar cuantas unidades desea comprar y las características propias del producto que desea adquirir

COMPRA: El cliente tendrá la opción de anular la compra o seguir con el proceso de compra, el sistema evaluará si ha iniciado sesión o no para continuar con el proceso, si no lo ha hecho deberá iniciar sesión o registrarse.

INICIAR SESIÓN O REGISTRAR: El usuario deberá ingresar su usuario y su contraseña, si aún no cuenta con usuario y contraseña deberá registrarse. Una vez registrado e ingresado los datos personales requeridos por el Sistema se prosigue con la etapa de compra, el cliente deberá seleccionar o ingresar la dirección de envío y tipo de pago.

PAGO DE LOS PRODUCTOS: se realizará el pago en línea mediante un sistema externo afiliado con las tarjetas de crédito y débito Visa Y MasterCard. El sistema comprobará si la transacción se realizó con éxito, si no fue así, iniciará nuevamente la etapa de pago en línea.

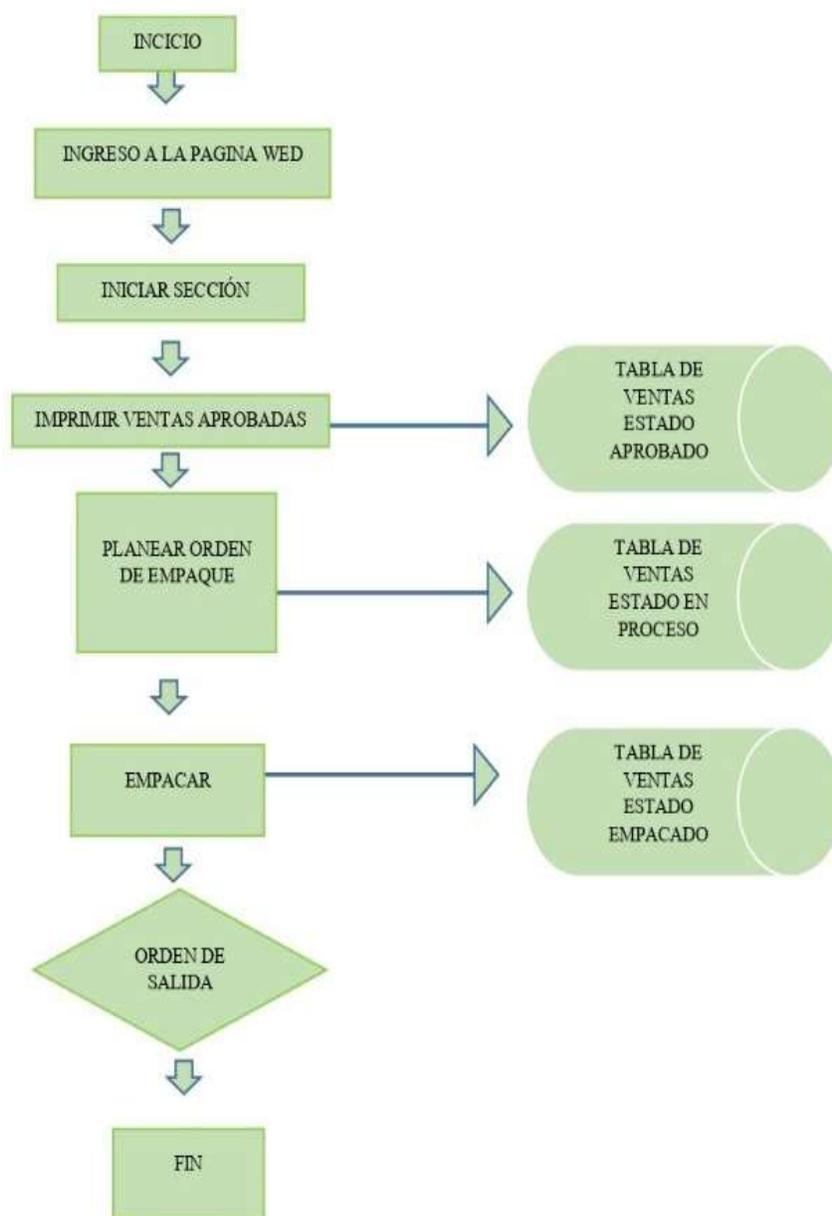
Tabla 3: proceso de empaque

Ilustración tabla 3:proceso de empaque, elaboración propia

Tabla 4: proceso de distribución

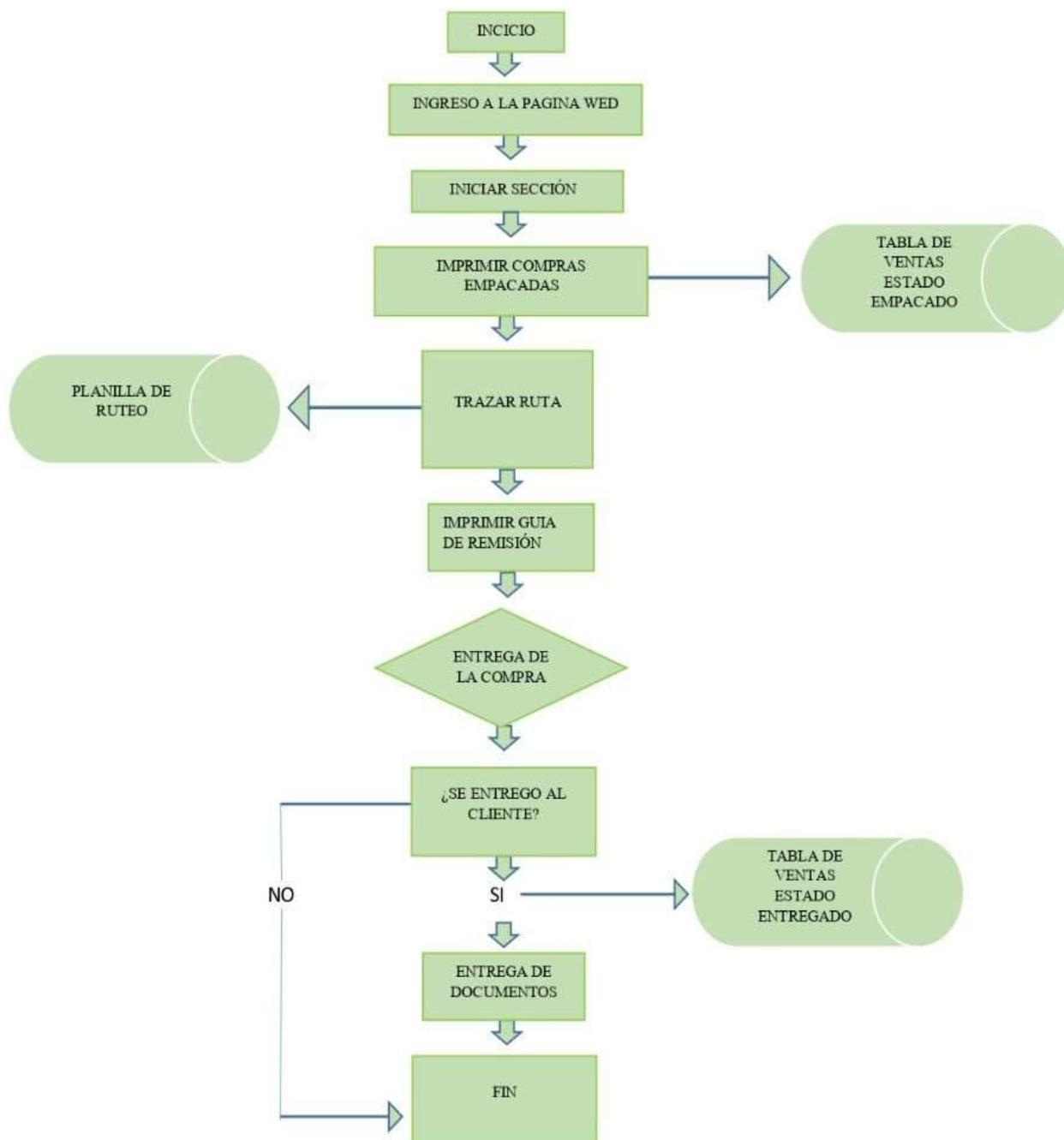


Ilustración tabla 4: proceso de distribución , elaboración propia

INICIAR SESIÓN: el jefe del área de distribución debe ingresar su usuario y su contraseña, el sistema mostrará todas las opciones a las cuales el jefe de área tiene acceso.

IMPRIMIR COMPRAS EMPACADAS: el sistema mostrará una lista con las compras que tengan el estado “empacado” con la opción de seleccionarlas e imprimir un detalle.

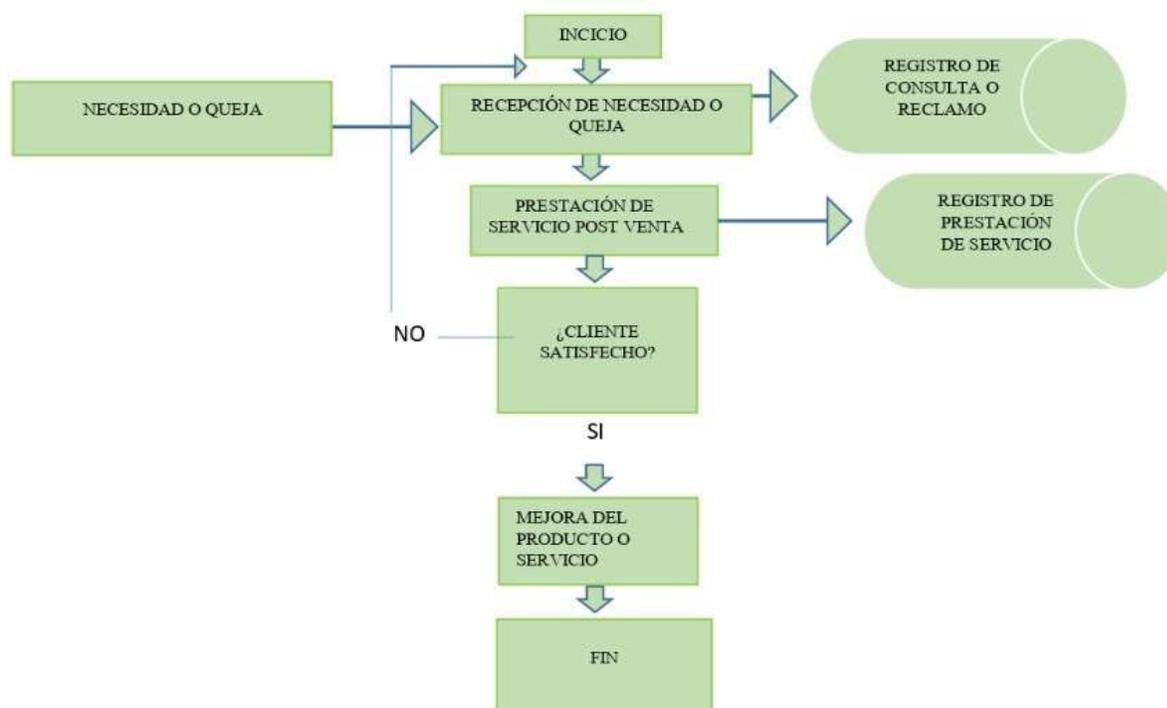
TRAZAR RUTA: el encargado seleccionará las compras mostradas anteriormente divididas por zonas. El resultado de este proceso es un documento llamado planilla de ruteo, donde se describen las compras seleccionadas anteriormente.

IMPRIMIR GUÍA DE REMISIÓN: se imprimen estos documentos y son firmados por el responsable.

ETAPA DE ENTREGA DE LA COMPRA: el encargado de la distribución entrega los pedidos a los clientes.

ETAPA ¿SE ENTREGÓ EL PRODUCTO?: se evalúa si la compra fue entregada, si no lo fue, la compra regresa al almacén para que el administrador se comunique con el cliente para su nuevo envío correspondiente.

SI LA COMPRA FUE ENTREGADA: se entregan los documentos, y deben ser firmados por el cliente como conformidad de haber recibido la compra. El responsable cambiará el estado de la compra de “empacado” a “entregado”

Tabla 5: proceso de post venta**Tabla 5: proceso de post venta, elaboración propia**

POST VENTA:

Mediante este proceso se Brinda a los clientes después de haber realizado la compra dar a conocer sus opiniones para identificar oportunidades de mejora y evaluar los productos y los procesos para la mejora continua.

RECEPCIÓN DE LA NECESIDAD O QUEJA: se clasifican los requerimientos del cliente con el producto y servicio adquirido, así como las necesidades del producto para en un periodo de tiempo comunicarse con el cliente y dar la solución a su problema.

PRESENTACIÓN DEL SERVICIO DE POSTVENTA: En el servicio prestado al cliente podría tratarse de quejas o consultas.

QUEJA: Se debe estudiar el reclamo hecho por el cliente:

se puede dar dos situaciones:

- Que pueda resolverse: en este caso sólo queda hacer lo necesario para resolver el problema.
- Que no se pueda resolver: caso en el que se indemnizará al cliente, bien reembolsando el importe de la compra o bien sustituyendo el producto adquirido por otro nuevo (puede darse otras opciones dependiendo del caso concreto).

En el caso de que se trate una consulta: se recogerán los datos, y se resolverá directamente si es posible, en el menor tiempo; si no, se realizarán los trámites oportunos para poder hacerlo.

Una vez culminado el servicio de postventa, la información reunida en las etapas anteriores retroalimentara los procesos de la organización, identificando oportunidades de mejora detectando no conformidades y realizando cambios en el producto y servicio

Bien/servicio				
Unidades a producir				
Actividad del producto	Tiempo estimado de realización (minutos, horas)	Cargos que participan en la actividad	Numero de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan, capacidad de producción por maquina(cantidad de producto unidad de tiempo)
Recepción de pedido	30 minutos	Administrador	1	Computador
Empaque	1 hora	operador de logística	1	
Distribución	2 horas	Jefe de área	1	Agencia de transporte
total	3 Horas 30 minutos			

12. ESTUDIO TÉCNICO III

	BEAUTY EMS		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
Comercialización y venta de cosmeticos y maquillaje importado.			
B. OBJETIVO			
<p>Nuestro objetivo es ofrecer a traves de plataformas digitales productos cosmeticos de cuidado y belleza importados de calidad, generar confianza a clientes y futuros clientes, mostrando transparencia en la información de los componentes de los productos y su eficiencia, seguridad al momento de realizar sus compras, lograr posicionarnos como la tienda online de productos importados número 1 en colombia, cambiando las estrategias habituales y logrando la diferenciación en nuestro servicio.</p>			
C. METODOLOGIA			
<p>en nuestros sitios web estan organizados de manera visible los diferentes productos, pasos para adquirirlos y medios de pago, una vez el cliente nos da a conocer su interes por cualquier productos iniciamos nuestra bienvenida y acompañamiento con los asesores capacitados para entregar cualquier tipo de información de los productos, como estrategia diferencial tenemos acompañamiento después de finalizada la compra, donde escuchamos y respondemos dudas e inquietudes que tengan nuestros clientes principalmente respecto a el uso y al tipo de trato se le debe a los mismos.</p>			
D. DESCRIPCIÓN GENERAL			
<p>proceso de venta: asesoria inicial (información del producto y precios), pagó(compra finalizada), asesoria después de compra (tutoriales, uso de productos).</p>			

D. DURACION

Nuestro equipo antes importar los productos hace una verificación minuciosa de las fechas de caducidad de los mismos, el tiempo estimado y/o razonable para realizar la venta y posterior a esto el tiempo de uso que nuestros clientes podrán disponer de nuestro productos, ejemplo: duración de las paletas de sombras: 12 meses (12M).

E. ENTREGABLES

ofrecemos a nuestros clientes, asesoría, calidad, precios asequibles, garantía, seguridad en las compras, guías para seguimiento de los envíos, facturas virtuales.

G. PERFIL DEL CLIENTE

aprovechando el auge de los productos cosméticos y maquillajes, el interés de las personas por su cuidado, belleza y autoestima enfocamos nuestro servicio a un público general (mujeres y hombres) entre las edades de 15 a 50 años, la tecnología acompañada de la internet nos ofrecen un sin fin de herramientas que podemos tener al alcance con facilidad, siendo esta la oportunidad para darnos a conocer y llegar a nuestro cliente final, cumpliendo así cada uno de nuestros objetivos.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

NOMINA

1. ADMINISTRATIVO: gerente, contador: estas personas deben contar con formación técnica como mínimo requisito para desempeñarse en este cargo, son las personas encargadas de organizar, crear estrategias, dirigir, y tomar decisiones que ayuden al crecimiento de la empresa.

- TIPO DE CONTRATO: contrato indefinido.

-SALARIO: 1.200,000+bonificación por ventas.

2. ASESORES: estos se encargaran de la parte comercial y del proceso de venta a través de nuestros sitios web, son quienes tendrán una comunicación directa con los clientes, estarán capacitados para entregar la información que el cliente solicita, haciendo de esta una comunicación cordial afectiva y respetuosa, deben tener experiencia en servicio al cliente mínimo de 6 meses en almacenes comerciales de productos tangibles o call center.

-Tipo de contrato: tiempo parcial

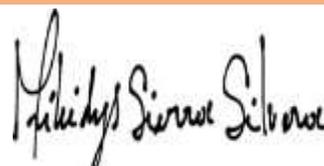
-Salario: 980,657(SMMLV) + bonificación por ventas

Firma del responsable:

BEAUTY EMS

Firma:





13. PRODUCTO MINIMO VIABLE



CONCLUSIÓN

Para finalizar esta idea de negocio y venta online de productos de belleza hemos llegado a la conclusión que los cosméticos y productos de belleza son considerados como una herramienta impredecible para la mayoría de las mujeres, de modo que son productos que se catalogan como productos de constante demanda, la cual podemos llegar a tener mayor éxito en nuestra tienda online, unos de los factores más favorables en los últimos años es la creciente importancia por el sector masculino del cuidado y la belleza personal situándolos como consumidores potenciales.

El cambio en el estilo de vida en nuestro país ha provocado que los consumidores sean cada vez más exigentes en cuanto a la variedad de productos ofertados y la presencia de productos y marcas más novedosas, siendo así una de las más exitosas ideas de negocio son las tiendas de productos belleza online ya que podemos llegar a nuestros clientes de una manera más fácil rápida y segura y logrando así nuestros objetivos.

BIBLIOGRAFIA

- Imágenes: elaboración propia

- ECOMMERCE PLATFORMS.

Página web: <https://erce-platforms.coecomm/es/>

Ecommerce-Platforms.com es un sitio de revisión imparcial que muestra lo bueno, lo bueno, lo malo y lo feo del software de construcción de tiendas en línea.

Autor: catalán (blogger de diseño web)

Fecha (septiembre -2020)

- TRES PI MEDIOS:

<https://trespimedios.co/analisis-del-mercado-para-un-e-commerce-de-tecnologia/> (digital,

2018)

- LA REPUBLICA:

[https://www.larepublica.co/globoeconomia/e-commerce-ha-crecido-mas-de-300-en-latinoamerica-en-medio-de-la-pandemia-3000424#:~:text=Seg%C3%BAn%20una%20publicaci%C3%B3n%20de%20la,%25\)%20las%20que%20m%C3%A1s%20crecen](https://www.larepublica.co/globoeconomia/e-commerce-ha-crecido-mas-de-300-en-latinoamerica-en-medio-de-la-pandemia-3000424#:~:text=Seg%C3%BAn%20una%20publicaci%C3%B3n%20de%20la,%25)%20las%20que%20m%C3%A1s%20crecen)

Alcaldía de barranquilla - <https://www.barranquilla.gov.co/descubre/conoce-a-barranquilla/territorio>

