

PROYECTO CREACIÓN DE EMPRESAS II

SARA GISELL DONCEL RODRÍGUEZ  
HAIDER ANDRÉS HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ  
JULIÁN ARÉVALO RAMOS

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ  
2020

PROYECTO CREACIÓN DE EMPRESAS II

SARA GISELL DONCEL RODRÍGUEZ  
HAIDER ANDRÉS HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ  
JULIÁN ARÉVALO RAMOS

CREACIÓN DE EMPRESAS II

JHON ALEXANDER GONZALEZ  
JAIDER ANTONIO MARTINEZ  
PIEDAD FRANCO AGUDELO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ  
2020

## CONTENIDO

1. Logo	4
2. Compromiso	5
3. Resumen ejecutivo	6
4. Introducción	7
5. Objetivos	8
6. Claves para el éxito	9
5. Descripción de la idea de negocio	10
6. Modelo de negocio	11
6.1. Modelo de venta por internet	12
7. Innovación sostenible	13
7.1. ¿El producto tiene algún ecodiseño?	13
7.2. ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente?	13
8. Estrategia del océano azul	14
8.1. Matriz Eric	14
9. 5 Fuerzas de Porter	15
10. Conclusiones	16
11. Marketing mix	16
12. Matriz desarrollo de marca	18
13. Marketing digital	19
14. Métricas clave	22
15. Localización del proyecto	25
16. Ingeniería del proyecto	27
17. Ficha técnica	28
18. Plantilla PMV	31
19. Conclusiones	32
20. Referencias bibliográficas	33



BIOCOL JABONES QUE LLEVAN EL PODER DE LA NATURALEZA COLOMBIANA A TU PIEL

SARA GISELL DONCEL RODRÍGUEZ

HAIDER ANDRÉS HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ

JULIÁN ARÉVALO RAMOS



@Biocol5



Biocol

### **Compromiso del autor**

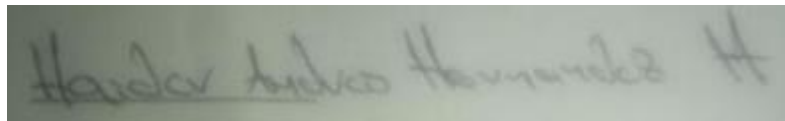
Yo Sara Gisell Doncel Rodríguez identificado con C.C 1018449766 estudiante del programa Administración de empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo, legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma

Handwritten signature of Sara Doncel R. in black ink on a light background.

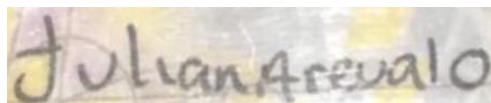
Yo Haider Andrés Hernández Hernández z identificado con C.C 1097991438 estudiante del programa Administración de empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo, legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma

Handwritten signature of Haider Andrés Hernández Hernández H. in black ink on a light background.

Yo Julián Arévalo Ramos identificado con C.C 1001058610 estudiante del programa Administración de empresas declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo, legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma

Handwritten signature of Julian Arevalo in black ink on a light background.

## **Introducción**

El presente trabajo lo realizan tres jóvenes estudiantes de administración de empresas de la ciudad de Bogotá en busca de lograr aterrizar y focalizar el proyecto de agregar valor al sector de cosmética y aseo creando un producto artesanal que aporte nuevas ideas al creciente mercado emprendedor de la ciudad y del país, el producto en mención va enfocado hacia la ascendente preocupación de la conservación del medio ambiente en la sociedad y valiéndose de esto se busca el anhelado valor agregado.

La creación de este proyecto significa independencia, desarrollo personal y profesional, superación de desafíos, significa el despertar hacia la nueva realidad que nos rodea y nos impacta día a día donde prima la consciencia del cuidado del medio ambiente y el consumo de lo natural, significa abrirse a oportunidades en el cambiante mercado, significa lograr autonomía económica antes de los treinta años, significa aportar a economías alternas y colaborativas que promueven no solo el cuidado personal si no el del planeta.

Es conocida la relevancia que le dan a últimamente a la belleza, al cuidado y a la presentación personal tanto hombres como mujeres, pero también la importancia que le han dado en los últimos años a la preservación del medio ambiente por lo que unir estas dos tendencias ha permitido plantear la base del presente proyecto.

El nombre se divide en dos partes, la palabra bio según definición es “prefijo técnico de origen griego que quiere decir vida, vivo, energía, subsistencia y vigor, la existencia de los seres vivos” (definiciona.com), lo anterior se ajusta totalmente a la idea inicial de generar trabajo y economía con respeto al medio ambiente y el uso adecuado de sus recursos; y Col significa para el grupo, Colombia, ya que se quiere explotar de manera razonable, considerada y respetuosa los diferentes frutos que otorga el campo.

## **Objetivos**

### Objetivo general

Estructurar y desarrollar la idea de negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción, diseño y comercialización de jabones a base de ingredientes naturales y novedosos originarios en el campo colombiano evaluando su viabilidad técnica, financiera, social y económica.

### Objetivos específicos

#### Corto plazo

- Realizar un proyecto operativo y comercial sólido precisando la idea de negocio, el cuál brinde una adecuada guía con el fin de evaluar la implementación de la nueva alternativa propuesta.
- Elaborar un estudio de mercado e investigación dentro del público objetivo que permita identificar la oportunidad de inserción con el producto y servicio ideado.
- Fomentar el interés hacía productos del campo colombiano generando apoyo y reconocimiento a pequeños y medianos agricultores.
- Impulsar el desarrollo y la transformación económica en sectores poco favorecidos gestando su inclusión en los mercados nacientes.
- Realizar una descripción general del proceso en sus aspectos técnicos, productivos, comerciales y financieros y de su impacto en las diferentes áreas involucradas.
- Establecer un sistema estricto que optimice cada uno de los recursos utilizados.

#### Mediano plazo

- Desarrollar y establecer un completo sistema de producción para brindar productos de calidad que posicionen la marca.
- Realizar un plan de negocios estructurado a nivel administrativo y organizacional que puntualice y defina la dirección de la empresa y facilite toma de decisiones.
- Establecer diversas alianzas estratégicas en el sector que diversifiquen las posibilidades de adquisición, logística y venta.
- Plantear un completo esquema organizacional: organigrama, misión, visión, políticas estratégicas y valores corporativos que brinden identificación de la organización.

#### Largo plazo

- Lograr posicionar el producto como sinónimo de calidad y naturaleza.
- Conseguir un crecimiento sostenido en las ventas alcanzando estabilidad económica.
- Abarcar entregas a diferentes ciudades del país que reconozcan el producto como capitalino, como colombiano, ampliando la operación interna.

## **Claves para el éxito**

- Se asegura la personalización de los productos, el cliente de verdad percibe que el producto es tan único como él.
- Se asume con criterio y con responsabilidad el fuerte compromiso y respeto hacía el medio ambiente aprovechando sus recursos sin generar ninguna afectación negativa.

- Se logra un emprendimiento mucho más humanizado al desarrollar una propuesta basada en la transformación cultural y social.
- Se tiene claro que pueden presentarse dificultades, pero con disposición y adaptabilidad al cambio y con autorregulación se superaran los límites.



## Descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Jabones corporales y faciales artesanales fabricados a base de ingredientes totalmente naturales, su componente principal serán frutas típicas de Colombia con el fin de resaltar nuestra diversidad y apoyar la producción del campo; buscamos que cada uno de los componentes del producto contenga numerosos nutrientes que además de limpieza generen múltiples beneficios como protección solar, alto contenido de antioxidantes y prevención de manchas o signos. Al ser totalmente artesanales se asegura la permanencia de las virtudes terapéuticas y cosméticas del contenido conservando las propiedades naturales.
¿Quién es el cliente potencial?	El foco principal serán jóvenes entre los 15 a 30 años conocidos mayormente como millenials quienes al estar a la vanguardia le apuestan a volver a lo natural, a lo hecho a mano, a lo que sea amigable con el planeta, a lo que respete a la naturaleza, responsables con el medioambiente, a consumir productos que no generen desperdicios industriales, que sean lo más naturales posibles, aunque también están los que tienen problemas de piel y necesitan un producto suave y que les ayude a mejorar. (El tiempo).
¿Cuál es la necesidad?	Generar un producto que satisfaga la necesidad básica de la higiene personal pero que adicional otorgue beneficios a largo plazo a la piel de los consumidores y al medio ambiente siendo estos biodegradables; se desea innovar en un campo en el que la hidratación y nutrición de la piel sean una necesidad cubierta de manera ambientalmente responsable.
¿Como?	El proceso de fabricación será totalmente manual con el fin de mantener las propiedades naturales de los ingredientes utilizados, se buscarán materias primas de excelente calidad que respeten la naturaleza para elaborarlos manteniendo uno de nuestros focos la conservación ambiental, la composición del producto será personalizada con el cliente en base a sus necesidades y a las referencias más demandadas por otros consumidores, el canal de distribución serán las redes sociales las cuáles son medio de uso continuo dentro del público objetivo ofreciendo diferentes vías de entrega y pago; nuestro principal objetivo es la adaptabilidad al cliente.
¿Porque lo preferirían?	Porque además de ofrecer beneficios para la piel no se está generando un impacto ambiental negativo, y es que el tema de la responsabilidad ambiental hoy en día es muy popular, pero, ¿que aporte real hace cada persona desde su cotidianidad?, estamos brindando la oportunidad de modernizar el estilo de vida desde lo más básico dando un regalo a la belleza y al planeta.

## Modelo de negocio

<b>Segmento</b> Jóvenes entre los 15 a 30 años conocidos mayormente como millenials	<b>Propuesta de valor</b> Personalización de producto adecuandose a las necesidades del cliente.	<b>Arquitectura del servicio</b> Espacio para la producción, socios agricultores, empaques e ingredientes 100% naturales, redes sociales.
<b>Costo y precio</b> Arrendamiento, transporte, capital humano por lo que se procurará la maximización de recursos y el aumento de la eficiencia, el reciclaje es la clave.	<b>Mecanismos de entrega</b> Se tendrán disponibles diferentes canales de atención y entrega ajustandose a la capacidad y exigencia del cliente. (domicilio, entrega en punto acordado, entrega en punto fábrica).	<b>Ganancias esperadas</b> Acogerse a la economía colaborativa y a los cluster sería beneficioso economicamente porque se abre el abánico de oportunidades de socios y financiación.
<b>Recursos</b> Seleccionando proveedores, gestionando eficientemente residuos, integrando ecodiseño, digitalizando procesos, servicios online, medición constante.	<b>Fidelidad</b> Acompañamiento constante, asesoría personalizada, calidad en presentación y producto, disponibilidad continúa, facilidades de pago y entrega.	<b>Cadena</b> Alianzas de producción y de distribución.

## Modelo de venta por internet

¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Como se escogieron como canal principal las redes sociales se buscará:

- Escuchar y participar activamente en conversaciones relacionadas a nuestros focos.
- Perfiles totalmente actualizados, informativos y accesibles.
- Responder rápidamente a las consultas recibidas.
- Hacer la comunicación mucho más interactiva mediante concursos y encuestas.
- Crear conexiones emocionales compartiendo historias, imágenes o anécdotas inspiradoras.
- Humanizar la marca.


¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

- Definir el público objetivo (quién es, como llegar a él).

- Simplificar el proceso de selección y compra a la menor cantidad de procesos posibles.
- Aumentar convenios para ofrecer múltiples medios de pago evitando y/o reduciendo cargos adicionales.
- Establecer políticas de fechas de entrega y de garantías.
- Fijar frecuencia y tipo de publicaciones que diversifiquen los perfiles de la marca en redes.

¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Desde cualquiera de las redes sociales que use el cliente al momento de desear hacer la comprar será direccionado automáticamente a la línea de WhatsApp corporativa en la que se le solicitará información puntual para facturación, selección y alistamiento; a esta misma línea el cliente compartirá su soporte de pago en caso de elegir medios electrónicos para así continuar con el proceso final que sería agendamiento y entrega.

	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o servicios ¿El producto tiene algún ecodiseño?	Si, con diferentes dispositivos y medidas de seguridad como perlizador, contrapeso, interruptor mecanico de caudal, hábitos de consumo	Si, con cronograma de mantenimiento a aparatos eléctricos, bombillos ahorradores, hábitos de consumo. (Congeladores, molino, termómetros, balanzas).	Si, Evaluando regularmente contratos y proveedores, gestionando adecuadamente tock, contabilizando costos de producción. Potasa Cáustica, colorante. Empaques biodegradables.	No se ha medido.	Clasificación de basuras, recipientes, residuos orgánicos, aluminio
Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente?		las entregas serán en bicicletas, bicicletas electricas, vehículos a gas.	Tdo el marketing es por redes sociales por lo cuál no se genera impacto en papel ni espacio público.		

¿El producto tiene algún ecodiseño?

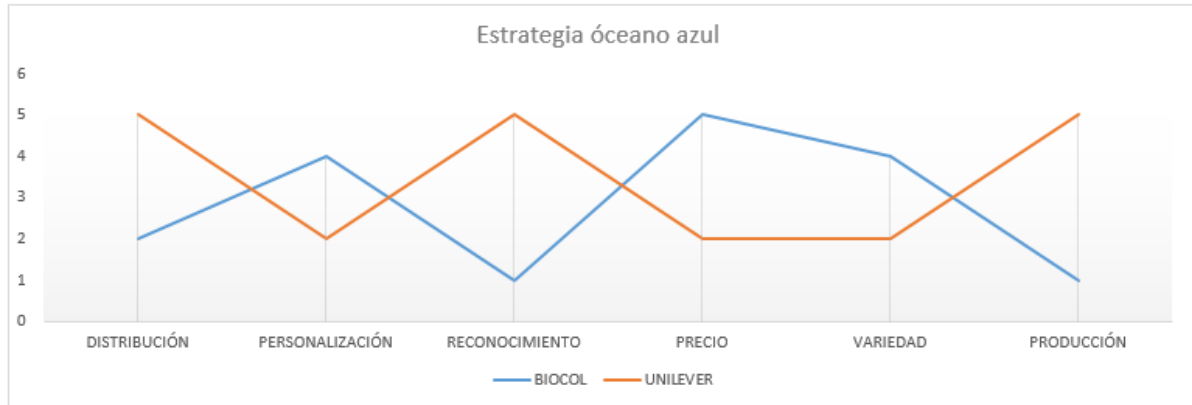
El empaque para la entrega del producto final tendrá ecodiseño porque mediante su aplicación es posible lograr un beneficio financiero inmediato, por ejemplo, al reducir la adquisición de material por unidad producida o al usar más eficientemente la energía, el agua y los materiales auxiliares durante la producción. Un beneficio adicional se obtiene con el tiempo, al generar menos desperdicios y reducir los residuos peligrosos. Esto implica un ahorro sobre los costos (futuros) del manejo de estos desechos. (CEGESTI,1999).

¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca el medio ambiente?

El foco principal de nuestro producto es el manejo de los recursos que protegen el medio ambiente, teniendo en cuenta que el marketing tradicional está virando hacia un marketing verde, en el que el medio ambiente juega un papel clave y en el que ofrecer productos y servicios con valor ambiental logra un posicionamiento importante dentro del mercado decidimos dentro del ofrecimiento de nuestros productos crear Limpieza Verde que es el mensaje a nuestros consumidores acerca del cuidado del planeta.

## Estrategia del océano azul

VARIABLES						
	VARIABLE 1	VARIABLE 2	VARIABLE 3	VARIABLE 4	VARIABLE 5	VARIABLE 6
IDEA DE NEGOCIO	DISTRIBUCIÓN	PERSONALIZACIÓN	RECONOCIMIENTO	PRECIO	VARIEDAD	PRODUCCIÓN
BIOCOL	2	4	1	5	4	1
UNILEVER	5	2	5	2	2	5
	INCREMENTAR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	REDUCIR	INCREMENTAR	CREAR



Estrategias:

Reducir

Precio:

- Hacer campañas esporádicas de bajada de precio que bajarlo del todo expliquemos razonadamente por qué lo hacemos, a fin de no perder valor percibido.
- Analizar la periodicidad con la que tus Clientes compra los productos y servicios que ofreses.

Incrementar

Personalización:

- Hacer observaciones acerca de la naturaleza de sus varios usos y en qué consiste su atractivo.
- Establecer diferenciación de sus ofertas, no sólo en términos de precio sino también por medio del estilo, el envase, el atractivo promocional, el método de distribución y un mejor servicio.

Distribución:

- Minimizar tiempos de servicio y entrega controlando la red de logística.
- Reportes personalizados en horarios específicos según tus requerimientos.

Reconocimiento:

- Fortalecer vínculos con el público objetivo generando identidad de marca creando necesidad que genere fidelidad hacia el producto.
- Suscitar una cultura de servicio tan efectiva que logre comunicar los intangibles de la marca, el cliente tiene que saber que existimos y que tenemos ese producto disponible para que lo compre.

Variedad:

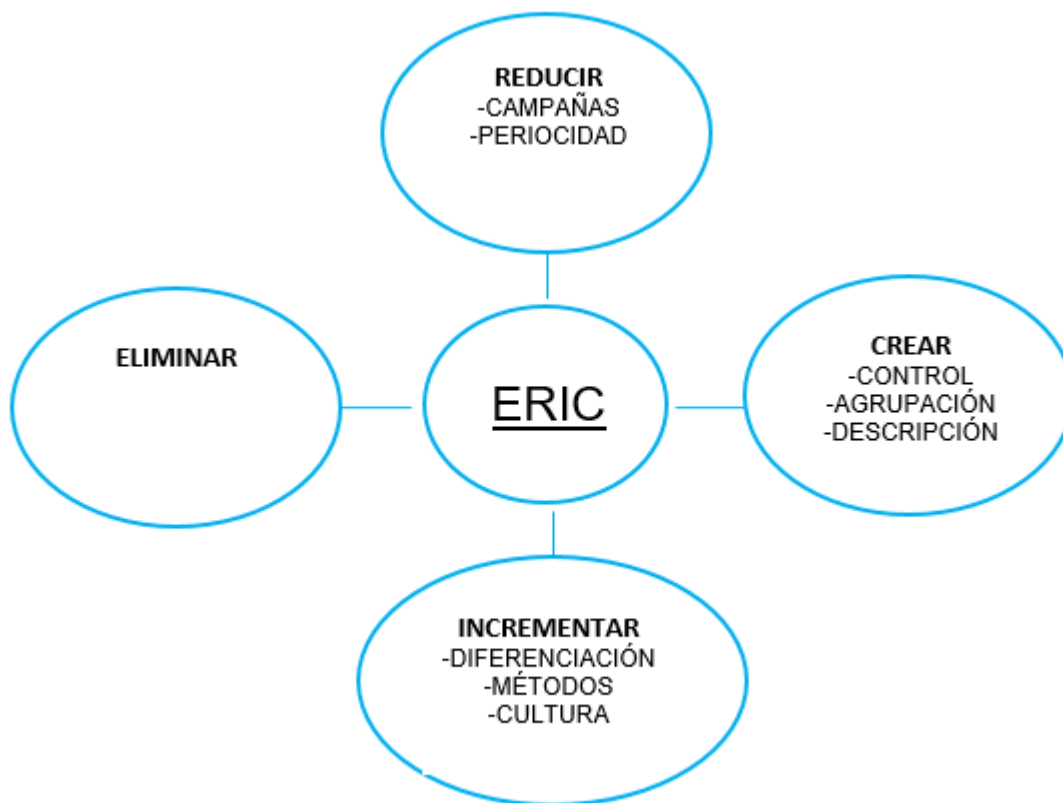
- Entender las necesidades los clientes potenciales y su estilo de vida.

- Flexibilidad para dar respuesta rápida a las oportunidades que se presentan en el mercado, con facilidades para adaptarse a las modificaciones que surjan en el diseño del producto.

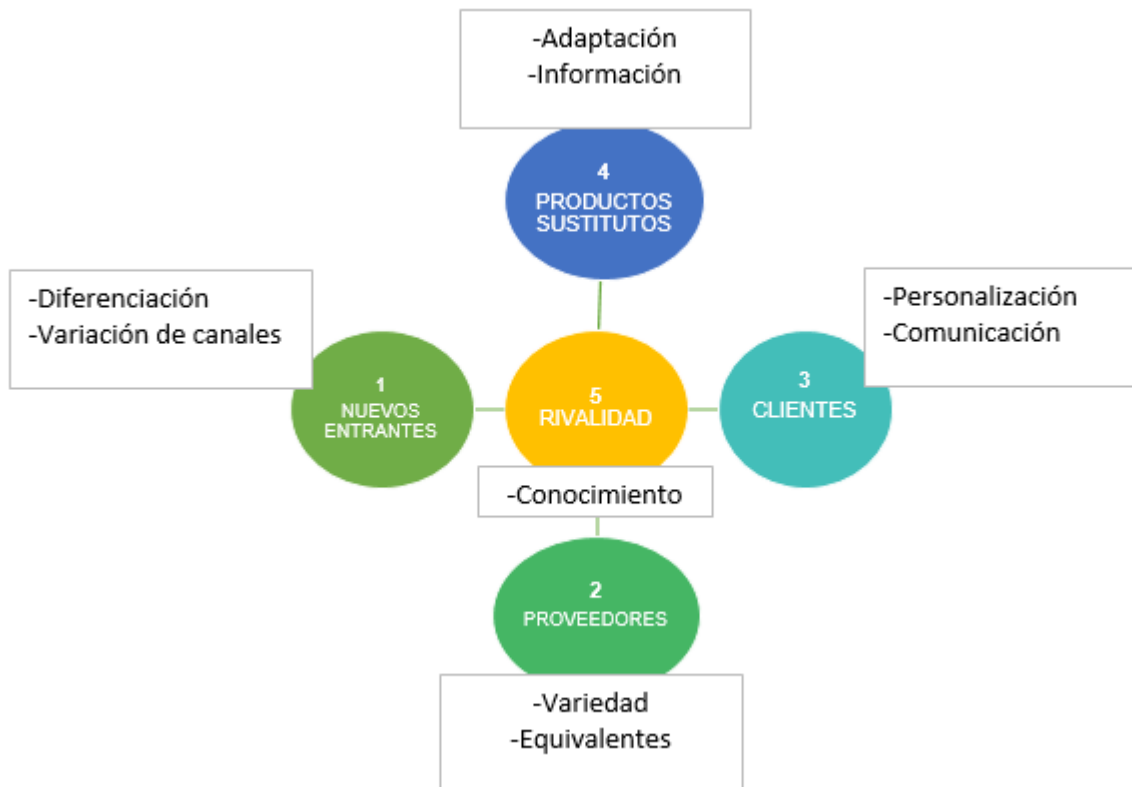
Crear

Producción:

- Tener un buen control de inventarios, organizar almacenes y llevar de una manera eficaz en tiempo y servicio.
- Agrupar las actividades a la luz de los recursos humanos y materiales disponibles y la mejor forma de utilizarlas, según las circunstancias.
- Tener en cuenta las descripciones de las instalaciones, personal, materia prima requerimientos y procesamiento que permita hacer las actividades medibles.



**5 fuerzas de Porter**



#### 1. Nuevos entrantes:

- Mantener elevada variedad de proveedores de los principales insumos.
- Validación de posibles materiales equivalentes s en casos de escasez y/o novedades

#### 2. Proveedores:

- Enfatizar la diferenciación del producto en busca de fidelización con la marca.
- Variación en canales de distribución, servicio, pago, comunicación.

#### 3. Clientes:

- Concentrarse en brindar efectividad en procesos, implementación y capacitación.
- Ofrecer servicio rápido y oportuno y asesoría postventa.

#### 4. Productos sustitutos:

- Establecer políticas de adaptación al cambio.
- Estar alertas y bien informados sobre las novedades del mercado

#### 5. Rivalidad:

- Conocimiento de mercado y posicionamiento de marca para contrarrestar cualquier posible efecto dado por aumento de competencia.

### Marketing Mix

### Descripción del producto:

Los jabones artesanales de Biocol están hechos a base de aceites vegetales e ingredientes naturales 100% colombianos, se conserva la glicerina natural en busca de hidratación y suavidad, se limita el uso de sustancias químicas lo que brinda excelente calidad sin perjudicar la salud ni el medio ambiente; Se brindan productos a base principios activos de plantas, sin parabenos ni siliconas y por supuesto no testeados en animales para dar soluciones al cuidado y limpieza de la piel sin dañar el entorno y siempre pensando en el bienestar del cliente.

Los productos son fabricados a la medida y especificaciones solicitadas por los clientes siempre brindando asesoría en su búsqueda, contamos con diferentes moldes y diseños capaces de adaptarse a las necesidades de los usuarios; los empaques son biodegradables y también existen diversas opciones según el molde escogido lo que otorga personalización del producto tanto en el interior como en el exterior. Se captura el poder de las plantas, se presta especial atención al detalle, se identifican los deseos del consumidor, somos capaces de transformar la cotidianidad con la riqueza botánica de nuestro país.

### Portafolio:







#### Estrategia de precios:

El precio fue establecido en base a fijación de precio basado en los costos, se llega al resultado teniendo en cuenta el costo unitario de los materiales, de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación; en resumen, lo que cuesta la fabricación de cada uno de los jabones, adicional se tiene en cuenta que estos se fabrican a pedido lo que reduce el riesgo de perdidas o acumulación de inventario.

#### Estrategia de distribución:

La estrategia de distribución es canal de marketing directo a través de redes sociales y página web disponibles para el usuario, generando interacción constante.

#### Estrategia de comunicación:

En las redes el contenido publicitado es contenido estratégico en base a fechas especiales, fechas usuales de pagos empresariales, experiencias, aprovechando que el público objetivo suele actuar bajo impulsos y por necesidades espontaneas, se trata de más que acercarlo a comprar es acercarlo a lo que realmente necesita, lo anterior adicional permite segmentación y evaluación de resultados.

MARKETING MIX						
ESTRATEGIA	OBJETIVOS SMART	COMO(Describe como llegar al objetivo)	QUEN(Con que medios o personas se apoyará)	CUANDO(Tenga presente la fecha)	DONDE(Defina específicamente el lugar donde lo realizará)	VALOR(Aproximación al costo)
PRODUCTO	Inclusión de 1 nuevo producto al portafolio en la línea para regalar para el mes de diciembre con el fin de aprovechar la época.	Identificar e incluir a la fórmula un ingrediente principal exótico y beneficioso que genere novedad.	El equipo de productoras y perfumistas estarán a cargo de desarrollar la fórmula en base a la cuál se planteará el plan de trabajo en el punto de fábrica.	Deseamos el lanzamiento en el mes de diciembre por lo que se cuenta con semana y media	A nivel nacional.	\$ 1,178,000
PRECIO	Realizar descuento del 5% en los productos de la línea corporal para 500und en los dos primeros meses de 2021 con el fin de aumentar las ventas en un 10%.	Generando difusión informativa acerca del descuento en las diferentes plataformas de comunicación	Influenciador de la marca.	En los meses de enero y febrero de 2021	Con cobertura a nivel nacional.	\$ 580,000
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	Aumentar las visitas en redes sociales en un 50% para el lanzamiento del nuevo producto el 14 de diciembre con el fin de aumentar las oportunidades de venta.	Doblando la producción del contenido y su difusión.	Con sistema voz a voz e influenciar cofundador de la marca que impulse y hable de la marca y del nuevo producto. Campaña de expectativa.	Lo queremos conseguir en un plazo de dos meses.	En nuestras redes sociales.	\$ -

## Matriz desarrollo de marca

MATRIZ DESARROLLO DE MARCA		
NOMBRE DE LA IDEA:	BIOCOL	
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
1.Diagnóstico del mercado	A.Identificación del sector	A.Jabones cosméticos / personalización y servicio
	B.Identificar marcas en competencia	B.Natura - Naturessse - Unilever
	C.Soluciones principales y alternativas	Limpieza natural - promoción recursos botánicos - estandarización
	D.Tendencias del mercado	Productos biodegradables - ingredientes básicos
	E.Arquetipo de la marca	Gobernador - cotidiano - creador
2.Realidad psicológica de la marca	A.Percepción de la marca	A.Confiabilidad y estabilidad
	B.Identificar variables de neuromarketing	B.Sonidos e imágenes de la naturaleza
3.Posicionamiento	A.Identificar top of mind	A.Seguridad
	B.Identificar top of heart	B.Apoyo a la cultura colombiana
4.Realidad material de la marca	A.Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Actitud renovadora, propiciando simplicidad y relajación, disposición a transformar la rutina de limpieza en un ritual especial, emociones sensoriales y conciencia medioambiental.
	B.Definir arquetipo de la marca	
5.Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado que esten ligadas a la medición tecnológica y de redes sociales.	Marketin digital, difusión de la marca a través de imágenes y experiencias, participación constante.



## Marketing digital

Página web: <https://saradoncel.wixsite.com/bicol>

The image shows a screenshot of the BICOL website. The browser address bar displays "saradoncel.wixsite.com/misitio". A notification at the top states "Este página web se diseñó con la plataforma WIX.com. Crea tu página web hoy. Comienza ya". The main header features the BICOL logo and navigation links for "CORPORAL", "FACIAL", "CONÓCEMOS", and "CONTÁCTANOS", along with a "Log In" button. The central banner is titled "NATURALEZA EN TU PIEL" and "Jabones naturales con ingredientes colombianos", featuring a "COMPRAR AHORA" button. Below this, a section titled "con la naturaleza y como la disfrutas." includes "PARTICIPAR" and "LEER MÁS" buttons. The "# LIMPIEZA NATURAL" section displays a grid of eight images related to natural cleaning products and ingredients. Social media icons for Instagram, Facebook, and Pinterest are visible on the left side of the page.

Haz upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix [Haz upgrade ahora](#)

Deja que cuidemos de ti

**BIOCOL**

BIOCOL CORPORAL FACIAL CONÓCENOS CONTÁCTANOS



## LÍNEA FACIAL

Con fragancia natural y en envases de alta calidad sin plástico



Esta página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

Deja que cuidemos de ti

**BIOCOL**

BIOCOL CORPORAL FACIAL CONÓCENOS CONTÁCTANOS



## UNA HISTORIA DE EMPRENDIMIENTO



### EMPRENDEDORES CUN

Esta página la crean tres jóvenes estudiantes de administración de empresas de la ciudad de Bogotá en busca de lograr aterrizar y focalizar el proyecto de agregar valor al sector de cosmética y aseo creando un producto artesanal que aporte nuevas ideas al creciente mercado emprendedor de la ciudad y del país.

Instagram: Biocol5

# Soap festival

31.10.20 | INSTAGRAM | 24 HORAS

Lanzamiento de marca





## Métricas clave

### ← Estadísticas de la página

21 de septiembre - 18 de octubre

Últimos 28 días ▼

Alcance de las publicaciones

31

▲ 31

Interacciones con las publicaciones

17

▲ 17

Nuevos Me gusta de la página

41

▲ 41

Publicaciones (?)

VER MÁS



**Te damos la bienvenida a las estadísticas**

Analiza de forma más detallada el rendimiento de tu cuenta y tu contenido en Instagram en los últimos 7 días.

---

**Resumen**

<b>4</b>	Cuentas alcanzadas	
<b>11</b>	Interacciones con el contenido	-38,9%
<b>3</b>	Total de seguidores	0%

---

**Contenido que compartiste**

**5 publicaciones**

### Cuentas alcanzadas

4 cuentas



**Impresiones** 35

**Actividad de la cuenta** 6

Visitas al perfil 6

Toques en el sitio web 0


Toques en el botón "Correo" 0

Toques en "Cómo llegar" 0

Toques en el botón "Llamar" 0

**Principales publicaciones** [Ver todo](#)  
Según el alcance

 4 cuentas alcanzadas  
15 de oct

 3 cuentas alcanzadas  
15 de oct

## ← Estadísticas de la publicación

21 de septiembre - 18 de octubre · Últimos 28 días

**31**  
Alcance de las publicaciones

**17**  
Interacciones

**0**  
Clics en el enlace

## Publicaciones ⓘ

2 publicaciones realizadas en los últimos 28 días.

### PUBLICACIONES RECIENTES

 **Foto de portada de Biocol** Alcance 0  
9 de octubre Interacciones 12

 **Foto de portada de Biocol** Alcance 0  
9 de octubre Interacciones 2



## **Localización del proyecto**

Macro localización: La empresa y planta de producción estará ubicada en el municipio de Soacha del departamento de Cundinamarca Su área urbana está conurbada con la del Distrito Capital de Bogotá.

El abastecimiento de insumos para la operación se puede obtener fácilmente donde la existencia de comercios no está distante para realizar todo tipo de transacciones bancarias y comerciales. Las siguientes son las ventajas de la macro localización del proyecto:

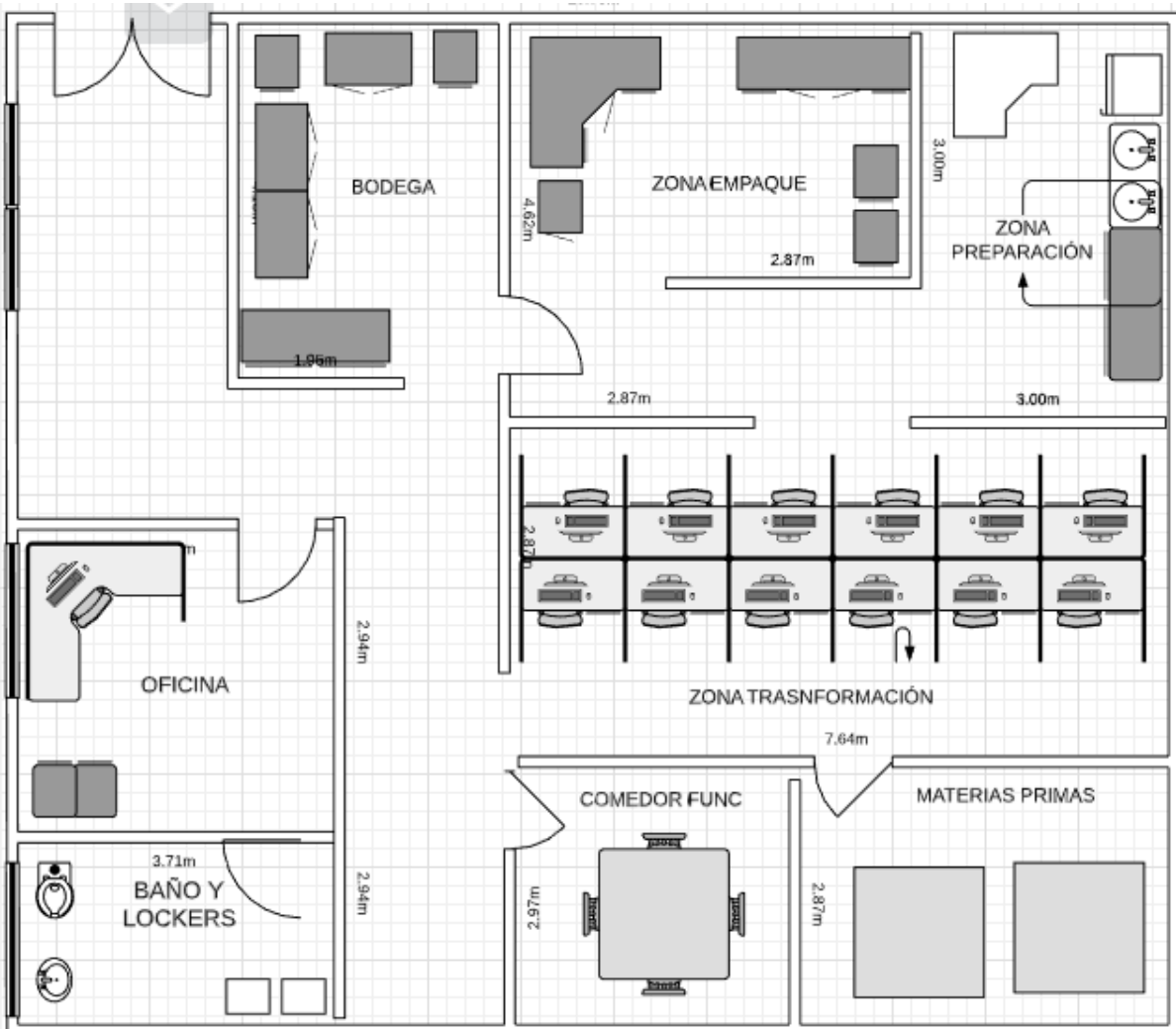
- a. Carretera de fácil acceso
- b. Existencia de materia prima principal
- c. Mano de obra
- d. Acceso a centro de transacciones comerciales

Micro localización: En lo referente a la micro localización y por tratarse de una empresa que no necesita de áreas grandes para su desarrollo, se ubicará en el barrio Ciudad Latina, el terreno es plano y su aspecto topográfico es aceptable. Los factores de peso de esta micro localización son las siguientes:

- a. Agua
- b. Energía eléctrica
- c. Teléfono
- d. Drenajes
- e. Combustibles

**ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO**

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Lote Soacha Ciudad Latina	210 m2	\$ 850,000	Arriendo trimestral - casa de dos plantas
	Adecuación de áreas de operación	3	\$ 250,000	Pintura - tomas electricas
Maquinaria y Equipo	Tanques almacenamiento aceites	3	\$ 646,000	Capacidad 500 lt - dos salidas - 0.85 m diametro 1.2m altura
	Mezclador	1	\$ 416,000	Acero inoxidable - capacidad 600kl - 11kw
	Balanza digital	1	\$ 243,000	Acero- lectura d epeso en gr y kl
	Bomba dosificadora	1	\$ 1,623,000	Control frontal- 065.m x 085m - flujo máximo de 100 lt
Equipo de comunicación y computación	Computador portatil	1	\$ 870,000	Windows 10 - paquete office
	Impresora	1	\$ 645,000	Láser
	Celular corporativo	1	\$ 850,000	Smartphone - aandroid
Muebles y Enseres y otros	Escritorio	1	\$ 136,000	En L
	silla tipo escritorio	1	\$ 60,000	
	Archivador	2	\$ 165,000	
Otros (incluido	Medidor de humedad	1	\$ 102,500	Tres cables de testeo
Gastos pre- operativos	Constitución	1		
	Apertura	1		
	Registro	1		




## Ingeniería del proyecto



<b>Bien / Servicio:</b> BIOCOL JABONES QUE LLEVAN EL PODER DE LA NATURALEZA COLOMBIANA A TÚ PIEL					
<b>Unidades a producir:</b>					
ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACIÓN (MINUTOS / HORAS)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NÚMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO	EQUIPOS Y MÁQUINAS QUE SE UTILIZAN. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN POR MÁQUINA ( CANTIDAD DE PRODUCTO / UNIDAD DE TIEMPO)	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
MATERIA PRIMAS	1 HORA	PERSONAL DE INSUMOS	3	5 CARRETILLAS LAS CUALES SE PODRAN UTILIZAR DURANTE 16 HORAS AL DÍA	80
DEPÓSITO PREVIO A LA PRODUCCIÓN	1 HORA		3	2 TANQUES DE TAMAÑO CONSIDERABLES QUE SE PODRÁN UTILIZAR DUANTES 10 HORAS AL DÍA	20
VERIFICACIÓN DE CALIDAD	12 HORAS	INSPECTORES DE CONTROL DE CALIDAD	2	HOJA DE VERIFICACIÓN O DE CHEQUEO, PLANILLA DE INSPECCIÓN Y HOJA DE CONTROL QUE SE PODRÁN UTILIZAR DURANTES LAS 12 HORAS	36
DOSIS DE LOS MATERIALES	1 HORA Y MEDIA	OPERARIOS	1	2 FUENTES PARA HERVIR DURANTE 10 HORAS AL DÍA	20
SAPONIFICACIÓN	4 HORAS		2	1 CALDERA LA CUAL SE PODRA UTILIZAR DURANTE 8 HORAS LA DÍA	8
AGITACIÓN	2 HORAS Y MEDIA		1	1 MAQUINA DE CALENTAR Y AGITAR QUE SE PODRA UTILIZAR DURANTE 8 HORAS AL DÍA	8
REPOSO	12 HORAS	0	0	0	0
FASE DE DEPURACIÓN	40 MINUTOS	OPERARIOS	1	1 SEPARADOR EL CUAL POSEE LA CALDERA EL CUAL SE PODRA UTILIZAR DURANTE 5 HORAS AL DÍA	5
ÚLTIMA FASE DE SAPONIFICACIÓN	3 HORAS		2	1 CALDERA LA CUAL SE PODRA UTILIZAR DURANTE 7 HORAS LA DÍA	7
FASE DE SECADO	24 HORAS		1	1 TANQUE DE SECADO EL CUAL SE PODRA UTILIZAR DURANTE 10 HORAS AL DÍA	10
FASE DE PICADO	3 HORAS		1	5 RODILLOS LOS CUALES SE UTILIZARAN 10 HORAS AL DÍA	50
FASE DE TRASPORTE	1 HORA	2	5 CARRETILLAS LAS CUALES SE PODRAN UTILIZAR DURANTE 16 HORAS AL DÍA	6	
FASE DE MEZCLA	3 HORAS	2	1 MEZCLADOR EL CUAL SE PODRA UTILIZAR DURANTE 6 HORAS AL DÍA	6	
FASE DE MOLIENDA	3 HORAS	2	5 RODILLOS LOS CUALES SE UTILIZARAN 7 HORAS AL DÍA	35	
PROCESO DE EXTRUSIÓN	2 HORAS	1	1 MAQUINA DE EXTRUCCIÓN QUE SE UTILIZARA 8 HORAS AL DÍA	8	
PROCESO DE CORTE	2 HORAS Y MEDIA	1	1 MAQUINA DE CORTE QUE SE UTILIZARA 10 HORAS AL DÍA	10	
VERIFICACIÓN DE CALIDAD	24 HORAS	INSPECTORES DE CONTROL DE CALIDAD	2	HOJA DE VERIFICACIÓN O DE CHEQUEO, PLANILLA DE INSPECCIÓN Y HOJA DE CONTROL QUE SE PODRÁN UTILIZAR DURANTES LAS 12 HORAS	36
PROCESO DE PRENSADO	3 HORAS	INGENIEROS EN MOLDE	1	1 MAQUINA TROQUELADORA QUE SE UTILIZARA 9 HORAS AL DÍA	9
PROCESO DE EMPAQUETADO	3 HORAS	EMPAQUETADOR	4	1 MAQUINA EMPAQUETADORA QUE SE UTILIZARA 10 HORAS AL DÍA	10
TRANSPORTACIÓN	2 HORAS	TRANSPORTADOR	N	5 CAMIONES QUE SE UTILIZARA 4 HORAS AL DÍA	20
DEPÓSITO TEMPORAL	<b>QUEDAN EN EL DEPÓSITO HASTA EL MOMENTO EN QUE SON DERIVADAS AL CLIENTE.</b>				
FASE DE DISTRIBUCIÓN	24 HORAS	VENEDORES	N	N	N
<b>TOTAL PRODUCCIÓN</b>					<b>384</b>

## Ficha técnica

Producto:

	<b>BIOCOL</b>		
	CODIGO	VERSIÓN	nov-20
<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>			
<b>A. NOMBRE DEL PRODUCTO ( Defina el nombre tecnico del producto)</b>			
Es un jabón biodegradable, con acción germicida por su formulación en base a Extractos; se recomienda para la eliminación de la suciedad y la reducción de los gérmenes al lavarse las manos y cuerpo.			
<b>B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE</b>			
Pasta de jabón - Hierbas o frutas procesadas - Aceite de oliva - Leche de vaca, cabra o soya según formulación - Crema - Lanolina - agua - Vitamina E - extractos o pulpas frutales - aceites - colorantes naturales			
<b>C. PRESENTACIONES COMERCIALES</b>			
Barra sólida de diferentes colores y olores herbales, florales o frutales, libre de partículas en suspensión.			
<b>D. TIPO DE ENVASE</b>			
El empaque para la entrega del producto final tendrá ecodiseño porque mediante su aplicación es posible lograr un beneficio financiero inmediato, por ejemplo, al reducir la adquisición de material por unidad producida o al usar más eficientemente la energía, el agua y los materiales auxiliares durante la producción. Un beneficio adicional se obtiene con el tiempo, al generar menos desperdicios y reducir los residuos peligrosos. Esto implica un ahorro sobre los costos (futuros) del manejo de estos desechos. (CEGESTI,1999).			
<b>E. MATERIAL DE ENVASE</b>			
Bolsas que se componen de 1 a 3 pliegos de papel, estas capas aportan mayor resistencia para enfrentar el bodegaje, apilamiento y manipulación - Kraft extensible			
<b>F. CONDICIONES DE CONSERVACION</b>			
Manipulación: No se requieren medidas de protección específicas - Otra información: Por motivos de calidad, evitar temperaturas elevadas (>80 °C)			
<b>G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)</b>			
La fabricación del jabón es tradicional, mediante saponificación, en frío normalmente, en la que los aceites se transforman en sales. Transcurrida la primera reacción (mezcla y transformación de los ingredientes) se deposita el producto todavía líquido sobre moldes donde el jabón madura y solidifica. Tras varios días, cuando el jabón empieza a hacerse más sólido, se desmolda y se corta. El proceso de corte suele ser también muy manual, con hilos de acero inoxidable mayoritariamente			
<b>H. VIDA UTIL ESTIMADA</b>			
El foco principal de nuestro producto es el manejo de los recursos que protegen el medio ambiente, teniendo en cuenta que el marketing tradicional está virando hacia un marketing verde, en el que el medio ambiente juega un papel clave y en el que ofrecer productos y servicios con valor ambiental logra un posicionamiento importante dentro del mercado decidimos dentro del ofrecimiento de nuestros productos crear Limpieza Verde que es el mensaje a nuestros consumidores acerca del cuidado del planeta.			
<b>I. PORCION RECOMENDADA</b>			
N/A			

Servicio:

	<b>BIOCOL</b>		
	CODIGO	VERSIÓN	nov-20
<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>			
<b>A. NOMBRE DEL SERVICIO ( Defina el nombre del servicio)</b>			
Es un jabón biodegradable, con acción germicida por su formulación en base a Extractos; se recomienda para la eliminación de la suciedad y la reducción de los gérmenes al lavarse las manos y cuerpo.			
<b>B. OBJETIVO</b>			
Estructurar y desarrollar la idea de negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción, diseño y comercialización de jabones a base de ingredientes naturales y novedosos originarios en el campo colombiano evaluando su viabilidad técnica, financiera, social y económica.			
<b>C. METODOLOGIA</b>			
Campañas por medio de nuestras redes sociales que serán el medio para promoción, dofunción y venta de los productos, adempas del principal canbal de comunicación.			
<b>D. DESCRIPCIÓN GENERAL</b>			
Los jabones artesanales de Biocol están hechos a base de aceites vegetales e ingredientes naturales 100% colombianos, se conserva la glicerina natural en busca de hidratación y suavidad, se limita el uso de sustancias químicas lo que brinda excelente calidad sin perjudicar la salud ni el medio ambiente; Se brindan productos a base principios activos de plantas, sin parabenos ni siliconas y por supuesto no testeados en animales para dar soluciones al cuidado y limpieza de la piel sin dañar el entorno y siempre pensando en el bienestar del cliente.			
<b>E. ENTREGABLES</b>			
El empaque para la entrega del producto final tendrá ecodiseño porque mediante su aplicación es posible lograr un beneficio financiero inmediato, por ejemplo, al reducir la adquisición de material por unidad producida o al usar más eficientemente la energía, el agua y los materiales auxiliares durante la producción. Un beneficio adicional se obtiene con el tiempo, al generar menos desperdicios y reducir los residuos peligrosos. Esto implica un ahorro sobre los costos (futuros) del manejo de estos desechos. (CEGESTI,1999).			
<b>G. PERFIL DEL CLIENTE</b>			
Jovenes en tres los 15 a 30 años conocidos mayormente como millenials			
<b>G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO</b>			
			

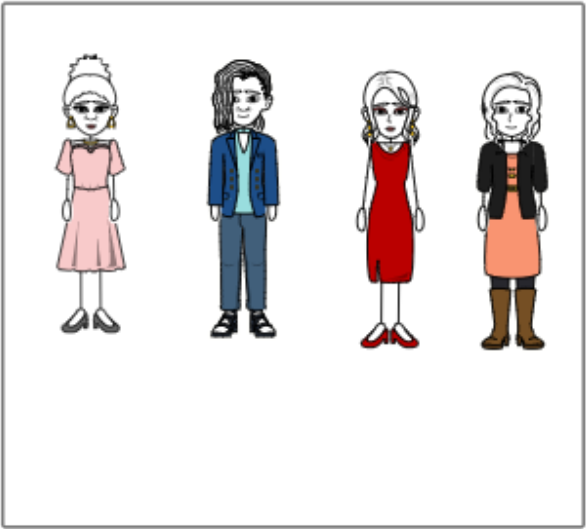
Plantilla PMV

**¿Que problema estas tratando de resolver?**



Ampliar la cantidad de compradores

**¿Quién es tu público objetivo?**



Millenials

**¿Cómo resolverás este problema?**



Diversificar las campañas publicitarias

**Cuál es el primer paso?**



Convenios

## **Conclusiones**

Es posible generar ideas de negocio sostenibles y que respeten el medio ambiente y al entorno, como jóvenes está la responsabilidad de guiar a la sociedad, a pequeños y medianos empresarios hacia la transformación cultural, hacia alternativas que igualmente produzcan beneficios pero que no dejen huella negativa en el planeta.

Adicional, es de gran importancia creer en el potencial del campo, de productos tan únicos como los de la tierra colombiana, el propósito es enfatizar esfuerzos en el desarrollo de la agricultura del país, siempre hay medios mejores de hacer las cosas, es demostrar que con pequeños cambios se generan grandes efectos, y es que en un emprendimiento como el planteado no se trata solamente de los creadores sino de sus familias, de sus amigos, de sus maestros quienes han depositado su total confianza en que las nuevas generaciones desean cambios políticos, económicos, culturales en un país en el que las oportunidades son semillas que se deben cultivar día a día y en compañía.

Se tiene la plena confianza en que, con un producto de limpieza básica, que hace parte del diario vivir de todas las personas se puede empezar el cambio hacia una economía responsable, amigable y sustentable.

## Referencias bibliográficas

El tiempo. <https://www.eltiempo.com/vida/volver-a-lo-natural-jabones-artesanales-un-negocio-para-los-millennials-257240>

Cegesti. 1999.

[http://www.cegesti.org/manuales/download\\_manual\\_ecodiseno/manual\\_ecodiseno.pdf](http://www.cegesti.org/manuales/download_manual_ecodiseno/manual_ecodiseno.pdf)

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/10-tecnicas-de-ventas-online-para-vender-mas>

<https://verdesdigitales.com/2016/05/25/7-estrategias-de-marketing-verde/>

<https://www.noray.com/blog/7-consejos-reducir-costes-la-pyme/>

El tiempo. <https://www.eltiempo.com/vida/volver-a-lo-natural-jabones-artesanales-un-negocio-para-los-millennials-257240>

Castilla, Martínez, Macías, Cardozo. 2018. Trabajo de investigación como requisito de grado para obtener el título de; Especialista en Formulación y Evaluación Social y Económica de Proyectos.

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22693/1/Trabajo%20de%20Grado%20Jabon%20Artesanal%20Leche%20de%20Bufala.pdf>

Business school. Blog de marketing. <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/estrategias-desarrollo-nuevos-productos/>

<https://yiminshum.com/aplica-estrategia-oceano-azul-marca/>

<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2014/bpmfcin415p/doc/bpmfcin415p.pdf>

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22693/1/Trabajo%20de%20Grado%20Jabon%20Artesanal%20Leche%20de%20Bufala.pdf>

[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_1552\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1552_IN.pdf)