



BABY AIR

Las mejores fragancias a tu alcance

Desarrollado por:
Yojant Stevel Correa Cuenca
Daniel Andres Mendez Rubiano

Contenido

| | |
|----------------------------|----|
| Misión | 3 |
| Visión | 4 |
| Objetivo General | 5 |
| Planteamiento del Problema | 6 |
| Antecedentes | 7 |
| Justificación | 8 |
| Objetivos Específicos | 9 |
| Valores | 10 |
| Nicho de Mercado | 11 |
| Marco Teórico | 12 |
| MATRIZ D.O.F.A. | 13 |
| Bibliography | 14 |

Misión

BABY AIR es una empresa dedica a la producción y comercialización de fragancias para ropa infantil menores de 3 años, con los mejores estándares de calidad. Contamos con un grupo humano competente enfocado a alcanzar los objetivos de la Empresa y a satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciéndoles las mejores fragancias.

Visión

Ser una empresa de referencia, líder en distribución de fragancias para menores a 3 años, en continuo crecimiento, con presencia internacional, que se distinga por proporcionar una calidad de atención y servicio excelente a sus clientes.

Objetivo General

Crear fragancias para prendas de vestir de distintos aromas, dirigida a niños entre edades de 0 a 3 años en la ciudad de Bogotá.

Planteamiento del Problema

Los perfumes se han convertido en un producto de primera necesidad. Todos nos aplicamos perfumes una o varias veces al día. Sin embargo, el alto costo de una fragancia original ha convertido este producto en una compra lujosa, que implica dedicar una alta porción de nuestro ingreso. Adicionando que solo es un aroma por cada perfume, no podemos contar con diferentes aromas dependiendo la prenda que usemos.

Justificación

Este proyecto de emprendimiento se inició gracias a los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y adicionalmente a la necesidad de generar empleo y no buscarlo. Viendo la oportunidad de negocio es esta actividad económica nació la idea de crear la empresa BBAY AIR, que se enfocara principalmente en satisfacer las necesidades del consumidor ofreciéndoles fragancias con estilo y calidad que vallan a tono con su dinamismo y forma de vida, adaptándose a sus exigencias, con una amplia gama de productos que ofrece varias alternativas, contemplando las diferencias de las preferencias de los consumidores, en variación de precio, envase y modo de usar de acuerdo al poder adquisitivos de las personas. Este producto será ofrecido a pequeñas, medianas y grandes empresas que comercialicen ropa para bebe entre las edades de 0 y 3 años.

al culminar este trabajo se requiere a hallar y desarrollar las estrategias indicadas para el buen funcionamiento y desarrollo de la compañía, trayendo con esto beneficios económicos a los socios, empleados y el entorno social.

Objetivos Específicos

- Identificar sectores y empresas de fragancias que operan en la ciudad de Bogotá para establecer los factores claves utilizados en su proceso de comercialización y distribución en la ciudad.
- Desarrollar un estudio técnico, organizacional, impacto social, económico y ambiental de la empresa BABY AIR para evaluar su viabilidad
- Realizar una investigación de mercado donde se recopile, procese y analice información de los clientes, competidores y mercado de fragancias de la ciudad de Bogotá, para diseñar el plan estratégico de la empresa BABY AIR.
- Construir legalmente la empresa BABY AIR en la ciudad de Bogotá, dedicada a la comercialización y distribución de fragancias por medio de la venta directa siendo las madres cabezas de hogar o con capacidad adquisitiva.

Valores

- Compromiso.
- Calidad humana.
- Integridad.
- Respeto.
- Responsabilidad.
- Pasión.

Nicho de Mercado

El producto se creó para bebés de entre los 0 a 3 años. Es ropa que no produce alergias ni irritación en la piel de los bebés. Se creó una línea de ropa para todo tipo de clima, pensando en la comodidad del bebé y de su madre.

Estudios revelan que por medio de los olores **recordamos cosas con las que hemos establecido un vínculo emocional**. Basta con oler sólo una vez un aroma para recordarlo toda la vida. Estos estudios han mostrado que las memorias detonadas por los aromas, a menudo son más fuertes que aquellas evocadas por sonidos o imágenes y regularmente son de tu infancia, antes de los 10 años. (MUY INTERESANTE, 2011). Al experimentar una memoria desencadenada por el olfato, generalmente recordará sensaciones más que una cuenta detallada de una memoria en particular. Estos recuerdos son distintos a los demás debido a que los olores son procesados por tu bulbo olfatorio, el cual, a su vez, está conectado a tu amígdala e hipocampo – partes del cerebro que lidian con las memorias y emociones. Cuando estimulamos a nuestros bebés permitimos que adquieran habilidades y destrezas que garantizan un óptimo crecimiento y desarrollo cerebral, por esta razón no solo buscamos la comodidad y una buena apariencia para nuestros bebés, sino que también ayudamos a que se desarrollen de una manera más adecuada, que aprendan a desarrollar sus sentidos con algo tan sencillo como lo es la ropa que a diario usan. En los aromas más encapsulados están los extractos florales como el del jazmín y las violetas, también el almizcle.

Mercado objetivo: mujeres entre los 18 a los 50 años. Son mujeres que trabajan, con un nivel de educación. Mujeres que buscan el bienestar de su hogar y de sus hijos, y que ocupan un rol en su familia ya sea madre, hija, tía, abuela, etc.

Mujeres con una estabilidad económica, de clase media alta.

Marco Teórico

El servicio del proyecto es de gran utilidad ya que son fragancias necesarias y útiles a las que se les aplica la novedosa idea de un aroma artificial que convierte al producto en algo novedoso, llamativo y divertido a la hora de adquirirlo.

Para este producto existen clientes que puedan comprarlo como los padres de familia que conocen las necesidades de sus hijos y la importancia y efectividad el suplir dicha necesidad, se convierta en la satisfacción de un deseo y la solución de un problema (el deseo de oler a algo diferente y delicioso y la solución del problema económico que para cumplir este deseo te genera más costos al adquirir otro producto diferente.

Es posible tener acceso a estos clientes ya que son numerosos en la sociedad en la que estamos y los hay de todos los estratos, creencias, culturas y demás.

Se compite con una gran posibilidad de éxito ya que las ventajas son numerosas: las fragancias de los bebés son importantes, ellos pueden usar cualquier tipo de fragancia, la sociedad está acostumbrada a exigir olores exquisitos en los bebés.

La situación del sector en el que se entra es favorable porque es un producto que se ofrece con doble objetivo (suple la necesidad de aromatizar y me ayuda a economizar al encontrar en un solo producto lo que antes se lograba con dos, y eso sin mencionar la variedad, pues las fragancias cambiarían según la prenda, y si en la actualidad quieres que tu hijo huela hoy a algo delicioso y diferente a lo que olía ayer necesitas muchos productos (perfumes diferentes).

MATRIZ D.O.F.A.

| DEBILIDADES (D) | OPORTUNIDADES (O) |
|--|---|
| Falta de local propio; Falta de vehículo propio. | Mercado poco desarrollado; Servicios web al alcance; Diversidad de clientes; Servicios básicos |
| FORTALEZAS (F) | AMENAZAS (A) |
| Excelente modelo de negocio; Personal comprometido con la empresa. Producto de fácil elaboración. Diversificación de productos. | Creciente competencia; Recesión económica; Debilidad de la moneda Inestabilidad política; |

Bibliography

- http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/mipymes/MiPymes/manual_1.htm. (n.d.).
http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/mipymes/MiPymes/manual_1.htm. Retrieved
from http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/mipymes/MiPymes/manual_1.htm:
http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/mipymes/MiPymes/manual_1.htm
- <http://www.nielsen.com/co/es.html>. (n.d.). *http://www.nielsen.com/co/es.html*. Retrieved from
<http://www.nielsen.com/co/es.html>: <http://www.nielsen.com/co/es.html>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Perfume>. (n.d.). *https://es.wikipedia.org/wiki/Perfume*. Retrieved from
<https://es.wikipedia.org/wiki/Perfume>: <https://es.wikipedia.org/wiki/Perfume>
- MUY INTERESANTE. (2011). Retrieved from
<http://www.muyinteresante.com.mx/ciencia/15/10/6/recuerdos-olores-infancia/>