



PLAN ESTRATEGICO

DEL NEGOCIO



Análisis de la empresa

MISIÓN

Ser una empresa innovadora que ofrece al mercado los mejores jabones artesanales hechos a mano y sin productos químicos, superando las expectativas de nuestros clientes.

VISIÓN

Para el 2023 consolidarnos como una empresa líder siendo reconocidos como una marca productora de jabones de altísima calidad 100% eco - responsable.

VALORES

Innovación
Respeto
Creatividad
Responsabilidad

Socios Clave

- Agricultores y proveedores de la materia prima.
- Tiendas naturistas.
- Almacenes de cadena.
- Sector de Belleza y Salud.
- Ferias artesanales.

Actividades Clave

- Producción de los diferentes tipos de productos.
- Publicidad en redes sociales.
Publicidad directa e indirecta.
- Alianzas con empresas interesadas.

Recursos Clave

- Laboratorio.
- Planta de producción.
- Moldes.
- Bodega de almacenamiento.
- Personal capacitado.
- Hoteles y centros de Estética o Spa.

Propuesta única de valor

Somos una empresa colombiana con variedad de productos elaborados a base de aceites e ingredientes naturales sin utilizar colorantes artificiales.

Siendo una alternativa ecológica y artesanal interesada en el cuidado de la piel.

Relación con los Clientes

Interacción por redes sociales.
Programa de Fidelización.
Canales.
Encuestas de satisfacción.
Voz a Voz.

Canales

Redes sociales:

- Instagram
- TikTok

Ferias.
Venta directa.

Segmentos de clientes

habitantes de la ciudad de bogota.

Personas entre 18 y 60 años de edad.

Interesadas en productos ecologicos.

Con nivel adquisitivo que oscila entre la población de estrato 3 a 6

Estructura de costos

·Materia Prima
·Mano de Obra
·Costos Indirectos de fabricación

Fuentes de ingresos

Recursos propios
Inversión de empresa interesada en la marca



DOFA

Fortalezas

- Ingredientes de alta calidad, naturales y Cruelty Free.
- Aromas unicos y agradables a los sentidos.
- Producto es hecho de manera artesanal o personalizado.
- Productos innovadores.

Debilidades

- Proceso de manufactura lento.
- Precio elevado a comparación de la competencia.
- Poca Estrategia de marketing.

Oportunidades

- Producto de aseo persona o de primera necesidad.
- Tendencia del mercado hacia los productos naturales.
- Musculo financiero de una empresa interesada.

Amenazas

- Marca no reconocida.
- Competencia directa e indirecta.
- Desconfianza del consumidor al nuevo producto.

LAS CUATRO P DEL MARKETING

● Producto

- Marca: LeFrut
- jabones Artesanales 100% Naturales
- Envase: Ecologico

● Plaza

- Tiendas
- Sitio web
- Mercado en línea

● Precio

Los precios varían de acuerdo al tamaño del producto 3000 - 11000

● Promoción

Estrategia de Marketing

- Anuncios
- RR. PP.
- Redes Sociales
- Correo electrónico
- Video



¡Muchas gracias!

DÉJANOS SABER SI TIENES
PREGUNTAS O ACLARACIONES.