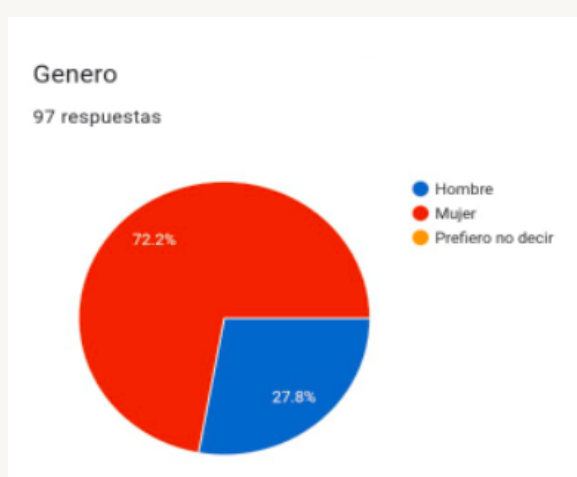


Diseño del producto

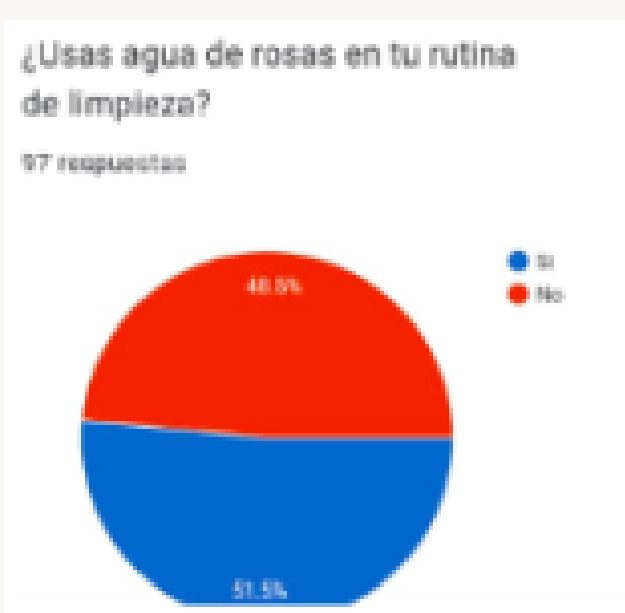
• Agua de rosas blancas con colágeno •



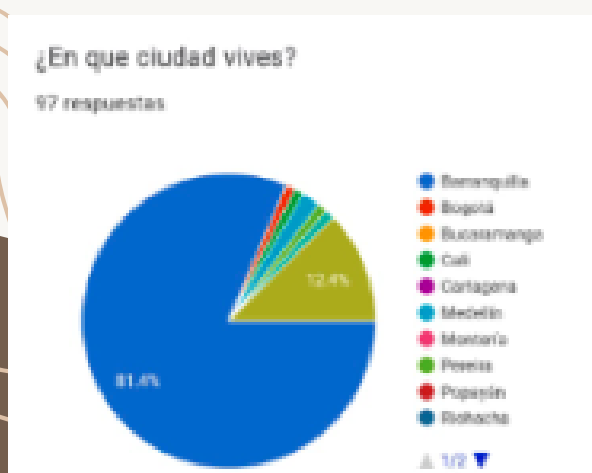
De los encuestados, el género predominante en el cuidado facial, son las mujeres con un 72.2%. Con esto se puede identificar que el género masculino, se cuida, muy poco lo hace o nada en lo absoluto. Esto es lo que queremos mejorar, buscar esa conciencia en los hombres acerca del cuidado facial y poder darles a conocer nuestro producto.



se reconoce que el porcentaje más alto está en los jóvenes, pero, para ese porcentaje entre 41 y 56 o más, es donde queremos generar más conciencia ya que a partir de los 30 años de edad el cuerpo de producir colágeno, por ende es necesario de recursos adicionales para mantener un nivel óptimo la de colágeno en la piel, eso lo logra el agua de rosas blancas con colágeno.



De las 96 personas encuesta un 51.5% usan el producto en su rutina de limpieza porque eso le permite sentirse satisfecho para limpiar o hidratar su piel; ya que el 48.5% no lo usan porque ellos creen que no es necesario en su rutina de limpieza, y puede a ver otro producto que le llame mejor la atención para limpiar su piel.



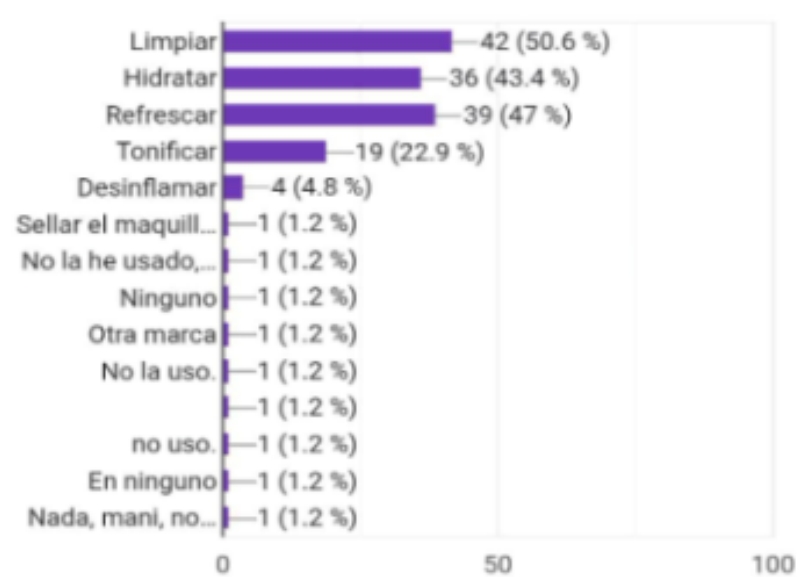
Nuestro porcentaje más alto se encuentra localizado en la ciudad de Barranquilla. Actualmente esto es un factor positivo ya que el producto tendría compradores locales. Sin embargo, los envíos a diferentes ciudades se habilitan con La intención de que cualquier persona en cualquier lugar de Colombia pueda adquirir el producto.

Diseño del producto

• Agua de rosas blancas con colágeno •

En el caso de que sí uses el agua de rosas, ¿con que fin la usas?

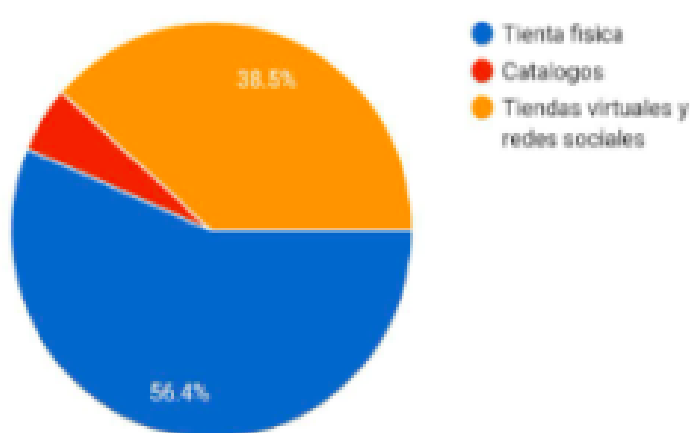
83 respuestas



El efecto más importante del agua de rosas es limpiar las impurezas en la piel que sean generadas por factores internos o externos, el 50.6% de nuestros encuestados la usan para ellos, no obstante el 47% la usa para efectos refrescantes. Esto nos deja el mensaje que las razones de uso que prefieren las personas, están encaminadas a lo que buscamos.

En el caso de que sí uses el agua de rosas, ¿por qué medio prefieres comprarla?

78 respuestas



De las 96 personas encuestada un 56.4% prefiere comprar el agua de rosa en una tienda física ya que eso le permite ver y analizar mejor el producto, en cambio un 38.5% prefieren comprarlo en una tienda virtual ya que eso le permite ahorrar tiempo y así él se siente más satisfecho. En cambio, por medio de catálogos un 0% no prefiere de comprar el producto por motivos personales.

En el caso de que sí uses el agua de rosas, ¿con que frecuencia la usas?

75 respuestas



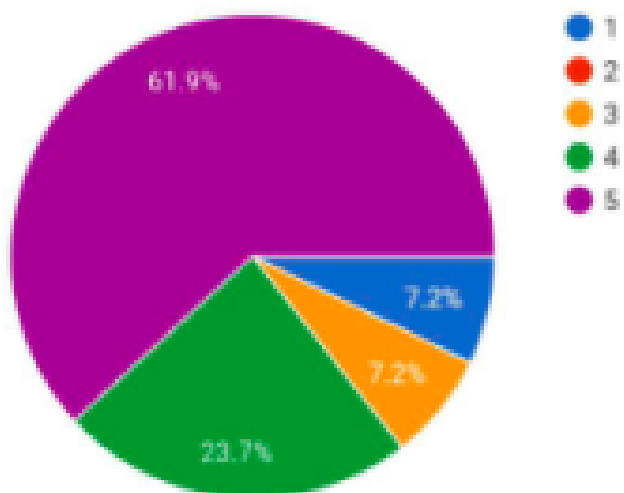
De las 96 personas encuesta un 51.5% usan el producto en su rutina de limpieza porque eso le permite sentirse satisfecho para limpiar o hidratar su piel; ya que el 48.5% no lo usan porque ellos creen que no es necesario en su rutina de limpieza, y puede a ver otro producto que le llame mejor la atención para limpiar su piel.

Diseño del producto

• *Agua de rosas blancas con colágeno* •

SCH STORE propone una alternativa de agua de **rosas blancas** con **colágeno**. Esta alternativa tiene muchos beneficios extra para el cuidado de la piel: protege la piel de las marcas faciales, ayuda a mantener una textura firme y joven de la piel, entre otros. Califica de 1 (poco útil) a 5 (muy útil) ¿qué tan útil te parece el producto?

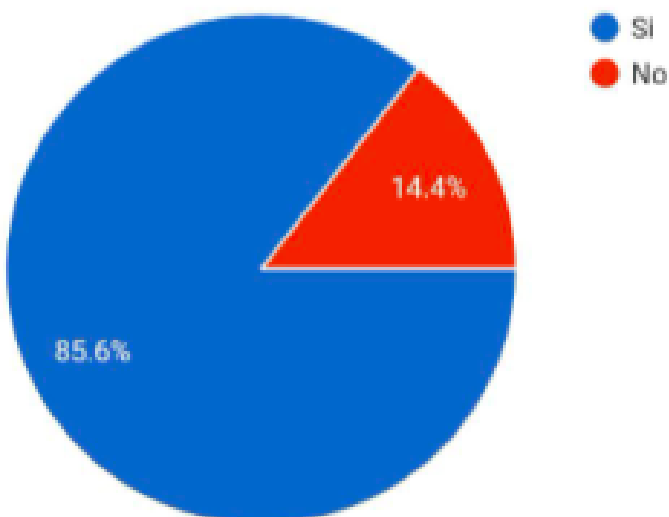
97 respuestas



Según los resultados presenta dos mediante la encuesta realizada a 96 personas, podemos concluir que el 58% de las personas consideran útil el producto y están de acuerdo con los beneficios que proporciona, también existe en un 23% de personas que califican este producto útil con una puntuación de 4. En cambio existe un pequeño porcentaje del 10% y 9% que en su opinión no consideran tan relevante esta nueva alternativa de agua de rosas para adquirirla y hacerla parte de su rutina diaria.¹

¿Comprarias el agua de rosa con colágeno de SCH STORE

97 respuestas

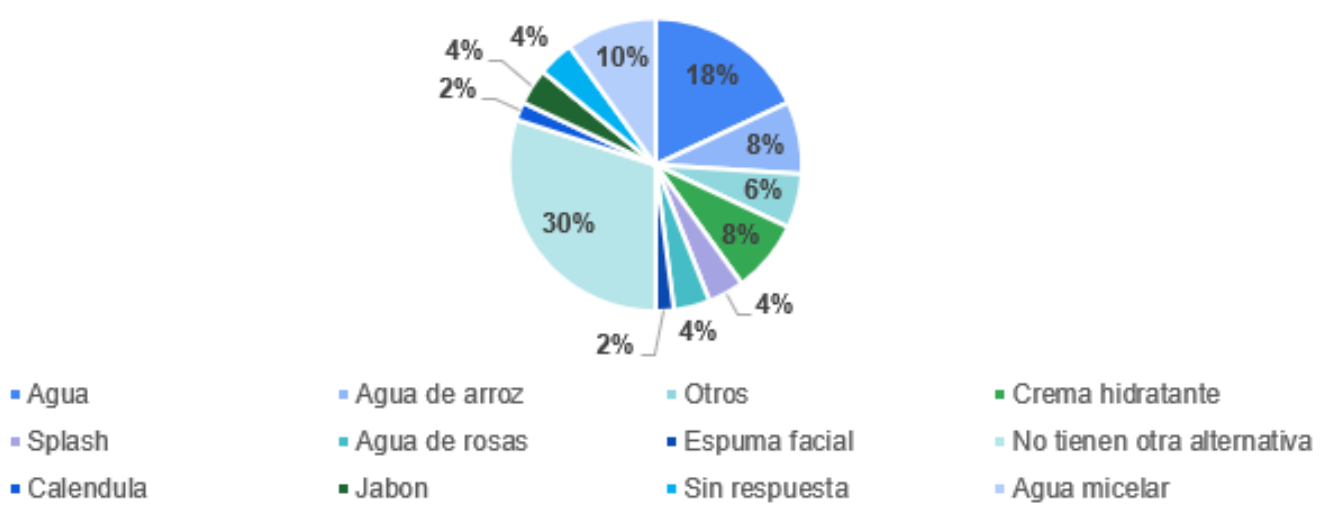


El 85% indican que comprarían el agua de rosas blancas de colágeno de SCH store, esto es positivo para la tienda ya que al ser un producto innovador, tendrá una buena acogida por todos los beneficios que ofrecen, para todo tipo de piel, edad y género.

Diseño del producto

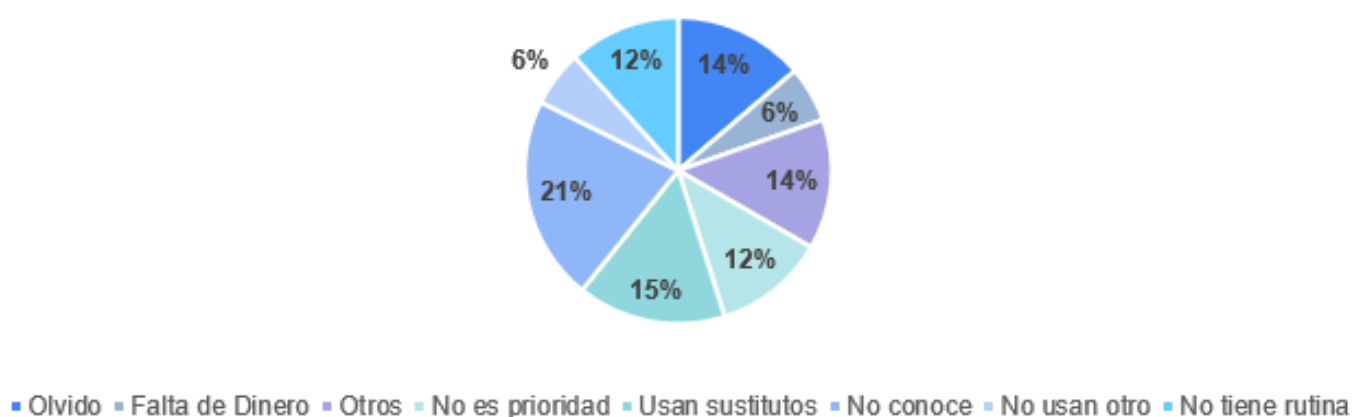
• *Agua de rosas blancas con colágeno* •

En caso de que No usas el agua de rosas, ¿qué alternativas buscas?



De las 96 personas encuestadas, un poco mas de la mitad (51) compartió el porque no usa el producto. De los cuales podemos destacar a 11 que no conoce el producto, 8 que usan otros sustitutos, 7 personas por olvido, 6 por no tener la rutina y otras 6 donde este producto no es prioridad. Podemos ver estas 30 personas como potenciales clientes y podemos hacerles llegar el producto y demostrarle sus beneficios. Aparte de las contadas, 3 personas mas que por motivos económicos no usan el producto, 3 mas que no usan otro y 7 que por otros motivos varios (no explicados) no usan el producto, son otros posibles clientes que quizas puedan usar el producto si es distribuido en dosis un poco mas pequeñas.

En caso de que No uses el agua de rosas, explica brevemente ¿por qué no lo haces?



Esta pregunta fue respondida por 50 personas, de las cuales 21 usan productos naturales distribuidos de la siguiente manera: 9 solo agua, 5 agua micelar, 4 agua de arroz, 2 agua de rosas y 1 persona compartio que usa calendula. Del mismo conjunto de 50 personas, 12 optan por usar productos mas conocidos con ingredientes naturales pero con componentes quimicos: 4 personas cremas hidratantes, 2 usan Splash, otros 2 usan el jabon comun, 1 usa espuma facial y otros 3 usan otros productos no especificados.

Lo sorpréndete es que 15 personas no tienen otra alternativa o no usan un producto de cuidado para su piel, en este sentido, es mas importante hacerles notar la necesidad de la rutina y la importancia del producto.

Mapa de empatía

1. ¿Qué piensa y siente?

- Las rosas blancas tienen propiedades antiinflamatorias a la piel.
- Son productos reconocido en el medio y son innovadores.
- El agua de rosas es un producto apetecido por mujeres y hombres.



2. ¿Qué oye?

- El agua de rosas blancas con colágeno contribuye a que la piel se mantenga hidratada y protegida frente a los agentes externo como el sol y los efectos dañinos de la contaminación.
- El agua de rosas blancas con colágeno sirve para hidratar y mantenerla la piel limpia.
- El agua de rosas la usan para desinflamar, refrescar, tonificar e hidratar la piel.



3. ¿Que dices y haces?

- Busca un buen producto para priorizar el cuidado de la piel.
- Los encuestadores dicen que es un buen producto, pero tienen que mejorar su diseño para que sea más llamativo.



4. ¿Qué ves?

- El agua de rosas es un buen producto para la piel.
- El agua de rosas por lo regular lo usan más las mujeres que los hombres.
- El agua de rosas blancas con colágeno solo tiene un competidor.



5. Esfuerzos

- Concientizar más a la comunidad masculina a usar un producto de agua de rosas blancas para priorizar el cuidado de su piel



6. Resultados

- Que el agua de rosas con colágeno ha sido un buen producto para el cuidado y preparación de la piel.
- Que es un producto que a tenido excelente venta en el mercado por lo útil y beneficioso que es el producto.





PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

1. ¿Para quién?

- El producto va dirigido a un segmento de mercado entre mujeres y hombres de 15 y 45 años, que buscan cuidar su piel a la hora de prepararla.

2. Debe tener:

- Como requisito del producto uno de los beneficios es contribuir a que la piel se mantenga hidratada y protegida, además tiene como función servir de antiinflamatoria e hidratante al cuidado de la piel para estimular la regeneración de la misma.

3. Debería tener:

- Se espera que a corto plazo el producto de agua de rosas con colágeno solucione las necesidades que el cliente desea y cumpla las expectativas que tiene con mejorar el cuidado de su piel y así mismo sea amigable con el medio ambiente, encontrándose un producto totalmente sostenible.

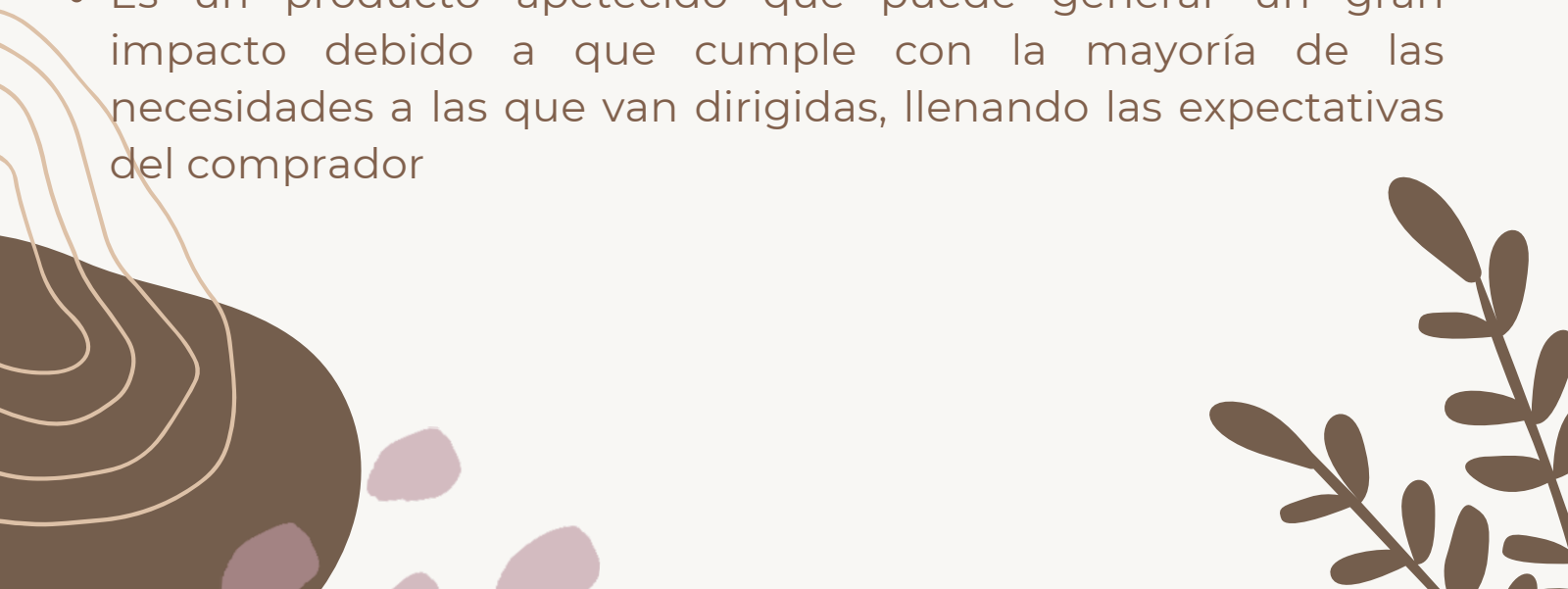
4. Podría tener:

- Se busca que a largo plazo la comunidad masculina se concientice acerca de priorizar el cuidado de su piel con el producto, el cual también cumple las mismas funcionalidades en cualquier tipo de piel. Además, se espera lograr una tendencia sostenible que perdure en el mercado.

5. Backlog:

- Generar más conciencia para el cuidado de la piel, haciendo de su uso algo diario.
- Lograr aumentar el uso de este producto en los hombres para alcanzar llegar a un segmento de mercado más amplio.
- Promover los beneficios a corto y largo plazo de las propiedades de las rosas blancas y el colágeno para la piel.

6. Alternativas:

- El agua de rosas con colágeno es un producto bastante reconocido en el medio e innovador ya que es sumamente esencial para el cuidado de la piel y agregándole una nueva característica como lo es el colágeno se vuelve un producto con mayor valor para los clientes.
 - Es un producto apetecido que puede generar un gran impacto debido a que cumple con la mayoría de las necesidades a las que van dirigidas, llenando las expectativas del comprador
- 

Matriz QFD – Costos

	QUÉ Quiere el cliente	Descripción del QUÉ (Atributos o requisitos que pide el cliente)
1	Proteccion de la piel	Cuidar la piel de manchas, resequedad, irritación y líneas de expresion.
2	Accesibilidad (adquirir)	Lugar donde se pueda adquirir el producto.
3	Accesibilidad (precio)	Valor por unidad.
4	Adaptabilidad a tipos de piel	Poca o ninguna reacción cutanea.
5	Calidad del producto	Conservar la calidad del producto por el tiempo deseado y la calidad de los ingredientes.
6		
7		
8		
9		
10		

Definición del Producto
Agua de rosas blancas con colágeno.

CÓMO Se atenderá la demanda del cliente	Descripción del CÓMO (Especificaciones)	Medida	
1	Un producto de calidad	Materiales e ingredientes premium	\$C
2	Diferentes formas de venta	Promocion y venta masiva en puntos fisicos y digitales	#c
3	Precio competitivo	aplicar un precio que sea atractivo y accesible para el cliente	\$
4	Producto no alergenco	Materiales que no afecten la piel de los clientes	ml
5	Producto con durabilidad y que cumpla las expe	Durabilidad del producto y tiempo considerable de expiración	Tiempo
6			
7			
8			

Insumo	Unidad de Compra	Precio de Compra (en \$)	Rend./ lote	Consumo/ unidad (en \$)	Costo Unitario /material (en \$)	Costo Un. MP (en \$) 3.538,48
1 Agua purificada	3.6 Lt	2.000,00	70		28,57	
2 Colageno polvo	500g	46.900,00	150		312,67	
3 Glicerina	Litro	18.900,00	87		217,24	
4 Rosas blanca (Petaló)	Cajas con kits de 50	4.000,00	50		80,00	
5 Envase	120ml	26.000,00	10		2.600,00	
6 Etiqueta de marca	200 sticker	60.000,00	200		300,00	
7						
8						

LOS QUÉ (Requisitos)	Qué tan importante es el requisito	Cómo califica a al empresa en el requisito	Cómo califica al competidor X en el requisito	Cómo califica al competidor Y en el requisito
1 Protección de la piel	5	5	4	5
2 Accesibilidad (adquirir)	4	4	3	4
3 Accesibilidad (precio)	3	4	3	3
4 Adaptabilidad a tipos de piel	5	5	4	4
5 Calidad del producto	5	5	4	5
6				
7				
8				
9				
10				

LOS CÓMO (Especificaciones)	Unidad de medida	Valor de la especificación para la empresa analizada	Valor de la especificación para el competidor X	Valor de la especificación para el competidor Y
1 Un producto de calidad	\$C	12,0	20,0	12,0
2 Diferentes formas de venta	#c	30,0	100,0	100,0
3 Precio competitivo	\$	15000,0	30900,0	20000,0
4 Producto no alergenco	ml	120,0	240,0	120,0
5 Producto con durabilidad y que cumpla las	Tiempo			
6				
7				
8				
9				
10				

CÓMO's (Especificaciones) →

← QUE's (Requisitos)

	Un producto de calidad	Diferentes formas de venta	Precio competitivo	Producto no alergenco	Producto con durabilidad y que cumpla las expectativas							Ti: Tasa de importancia	SA: Situación actual Competidor X	Competidor Y	PL: Plan de la Empresa	TM: Tasa de Mejoramiento	NV: Importancia para Ventas	PA: Peso Absoluto	PR: Peso Relativo (%)	
Proteccion de la piel	9	0	3	1	3	9						5	5	4	5	5	1,00	1,2	6,00	19,3%
Accesibilidad (adquirir)	0	9	3	0	1	1						4	4	3	4	4	1,00	1,5	6,00	19,3%
Accesibilidad (precio)	3	3	9	3	1	3						3	4	3	3	5	1,25	1,5	5,63	18,1%
Adaptabilidad a tipos de piel	0	1	3	9	0	1						5	5	4	4	5	1,00	1,5	7,50	24,1%
Calidad del producto	1	0	3	1	3	3						5	5	4	5	4	0,80	1,5	6,00	19,3%

PA: Peso Absoluto	2,47	2,52	4,08	3,10	1,53						
PR: Peso Relativo (%)	18,0%	18,4%	29,8%	22,6%	11,2%						
Situación de la Empresa (Cómo está)	12,0	30,0	15.000,0	120,0							
Situación Competidor X (Cómo está)	20,0	100,0	30.900,0	240,0							
Situación Competidor Y (Cómo está)	12,0	100,0	20.000,0	120,0							
Plan de Diseño (Especificaciones)	20,0	19 - 25	25,0	5,0	10,0	2,0					
Unidad de medida de la especificación	\$C	#c	\$	ml	Tiempo						

[illegible]

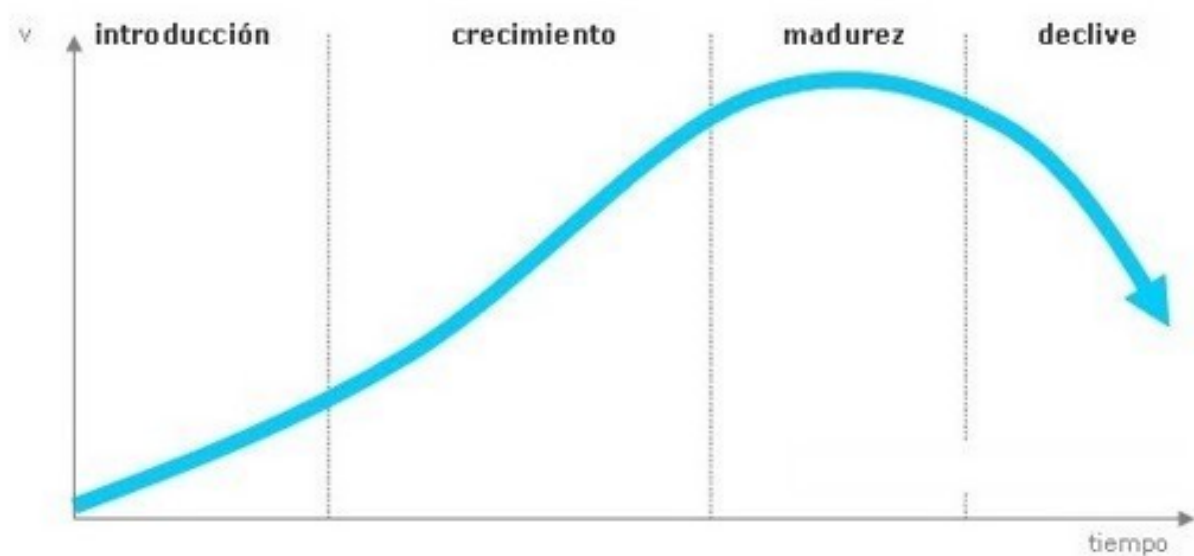
Estrategia del producto



1. Mezcla de operaciones:

Costo - precio	<ul style="list-style-type: none">✓ Precios accesibles✓ Promociones de domicilios en la zona metropolitana de la ciudad✓ Acuerdo con proveedores de insumos✓ Promociones de envío a otras ciudades✓ Descuento en compras al mayor✓ Obsequios en fechas especiales
Calidad	<ul style="list-style-type: none">✓ Encuesta a los compradores para corroborar satisfacción y calidad✓ Estandarización en procesos de calidad para la elaboración de envase y distribución✓ Control de calidad en los insumos necesarios
Innovación	<ul style="list-style-type: none">✓ Estar en la vanguardia de insumos y envasado del producto✓ Estrategias de publicidad alineadas al cuidado de la piel✓ Implementar nuevos diseños en envases y etiquetas del producto
Flexibilidad	<ul style="list-style-type: none">✓ Accesibilidad de diferentes medios de pagos✓ Asesoramiento personalizado a los clientes✓ Envíos nacionales
Tiempo	<ul style="list-style-type: none">✓ Atención de jornada continua 8:00 am -7 :00pm✓ Entrega inmediata✓ Entrega a tiempo seleccionado por el cliente

2. ¿En qué nivel de ciclo de vida está el producto?



Consideramos que el producto seleccionado está en el ciclo de vida de crecimiento porque ya es un producto que se encuentra en el mercado, pero está en un proceso de innovación en cuanto a los ingredientes usados para la elaboración. Como algo positivo resaltamos el impacto al cuidado de la piel con el producto, ya que nivela la producción de colágeno, hidrata, suaviza la piel y combate la oxidación de la piel. Como consecuencia negativa tendríamos la competitividad ya que es un producto con alta demanda y sus precios varían en diferentes compañías

3. ¿Cuál es el enfoque del producto?

Necesidad: Sensación de carencia de algo (fisiológico o psicológico)

Deseo: Manifestación concreta de algo que el cliente piensa que necesita

Demanda: Es casi que una solicitud del cliente porque siente que le hace falta

Consideramos que el enfoque del producto es deseo y demanda, ya que para tener una buena preparación de piel, los consumidores optan por hidratarla primero, para mejorar su aspecto, función que cumple el agua de rosas con colágeno, además que tiene una alta rotación en compras cosméticas.

4. ¿Cómo es el producto frente a los competidores?

Según la novedad del producto, habrá mayor o menor número de competidores. Indicar y explicar en cual nivel se encuentra el producto:

- Innovación:** El producto por sus características únicas no tiene competidores
- Expansión:** El producto es reconocido en el mercado y tiene algunos competidores
- Estandarizado:** El producto ya tiene mucha demanda y muchos competidores

Consideramos que el producto agua de rosas blancas con colágeno, frente a los competidores tiene un nivel de expansión ya que, si bien es un producto bastante reconocido en el mercado, su elaboración hace que no todos los competidores distribuyan o lo elaboren.
Actualmente el producto de agua de rosas genérico, tiene alta demanda y muchos competidores, pero el agua de rosas blancas con colágeno debido a los nuevos componentes que tiene, solo tiene un competidor.

5. ¿Cuál es o cuál puede ser la participación en el mercado?



Consideramos que la participación del agua de rosas blancas con colágeno es un producto estrella [alta], ya que, si bien no es muy antiguo en el mercado, pero tiene alto crecimiento en el mercado. Este producto está en su fase de crecimiento por lo que requiere de una gran inversión que genera buena liquidez y busca consolidación en el mercado

6. Estrategia del producto

Consideramos que el agua de rosas blancas colágeno es un producto innovador ya que tiene múltiples beneficios, diferentes a los del agua de rosas regular, que son más llamativos dentro del mercado cosmético por sus componentes.
Se encuentra en estado de crecimiento, ya que solo se encuentra con un distribuidor dentro del mercado, lo cual lo convierte en un producto estrella y con alta demanda. Queremos que sea un producto con alta rotación y ayude en crear más consciencia en el cuidado de la piel de las personas.

Informe de diseño

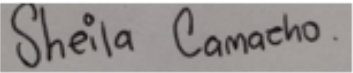




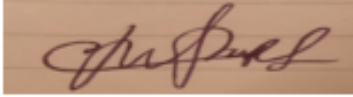


Diseño robusto: SCH STORE emplea en este caso un tipo de diseño robusto. Tomamos el concepto original del agua de rosas y aplicamos pequeñas adiciones a la formula común comercial, como lo es: rosas blancas y colágeno. Ingredientes que no tienen cambios adversos en el producto final, pero si le suma beneficios a la formula. El uso de rosas, glicerina y agua purificada como ingredientes básicos y el colágeno como pequeña y nueva variación.

ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO (ENFOQUE AMERICANO O JAPONÉS)

Tipo Z	Empleo largo plazo	Los colaboradores serán empleados a termino indefinido, para transmitir seguridad en el cargo.
Tipo A (empresas americanas)	Evaluación y promoción rápidas (corto plazo)	Se espera un crecimiento importante del producto y por ello también sobre los trabajadores, los tiempos de evaluación serán cada 3 o 4 meses.
Tipo Z	Carrera medianamente especializada	La formación es importante pero no un impedimento para contratar, se requerirá un conocimiento y experiencia previa para las actividades relacionadas a la operación y el producto.
Tipo A (empresas americanas)	Mecanismos explícitos de control	El control de calidad es explicado previo a la operación y evaluado luego de, cada colaborador debe tener presente el proceso de calidad en todo momento de la labor.
Tipo J (empresas japonesas)	Toma de decisiones colectiva	Las decisiones se tomarán de manera colectiva en consenso de las directivas.
Tipo J (empresas japonesas)	Responsabilidad colectiva	La responsabilidad se tomará de manera colectiva, tanto los aciertos como los fracaso.

Acuerdo de trabajo y cronograma.

Nombre del estudiante	% de participación en el entregable	Observación	Firma
Sheila Camacho	100%		
Jesús Garcia	100%		
Marcela Bonifaz	100%		
Matías Lopez	100%		
Daily Pérez	100%		
Cristian Polanco	100%		

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL NUCLEO												
Tipo de nota	ACTIVIDAD ESPECIFICA	1	2	3	4	5	6	7	8	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACION
Segumiento	Debate									ACTIVIDAD INDIVIDUAL	13/6/23	18/6/23
Segumiento	Test de entrada									ACTIVIDAD INDIVIDUAL	12/6/23	2/6/23
Segumiento	Entregable 1									ACTIVIDAD GRUPAL	19/6/23	25/6/23
Segumiento	Quiz pelicula									ACTIIVDAD INDIVIDUAL	26/6/23	2/7/23
Segumiento	Entregable 2									ACTIVIDAD GRUPAL	3/7/23	9/7/23
Trabajo de aplicación	Entregable 3									ACTIVIDAD GRUPAL	10/7/23	16/7/23
Trabajo de aplicación	Entregable 4									ACTIVIDAD GRUPAL	17/7/23	23/7/23
Trabajo de aplicación	Entregable 5									ACTIVIDAD GRUPAL	24/7/23	30/7/23
Segumiento	Test de salida									ACTIVIDAD INDIVIDUAL	12/7/23	6/8/23
Sustentacion	Brouchure y sustentacion									ACTIVIDAD GRUPAL	31/7/23	6/8/23

RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACION	VALOR
ACTIVIDAD INDIVIDUAL	13/6/23	18/6/23	10%
ACTIVIDAD INDIVIDUAL	12/6/23	2/6/23	15%
ACTIVIDAD GRUPAL	19/6/23	25/6/23	0%
ACTIIVDAD INDIVIDUAL	26/6/23	2/7/23	10%
ACTIVIDAD GRUPAL	3/7/23	9/7/23	15%
ACTIVIDAD GRUPAL	10/7/23	16/7/23	10%
ACTIVIDAD GRUPAL	17/7/23	23/7/23	10%
ACTIVIDAD GRUPAL	24/7/23	30/7/23	10%
ACTIVIDAD INDIVIDUAL	12/7/23	6/8/23	0%
ACTIVIDAD GRUPAL	31/7/23	6/8/23	20%
		TOTAL	100%

	Realizado
	En proceso
	Programado

PORCENTAJE DE NOTA DE SEGUIMIENTO	50%
PORCENTAJE DE LA NAVE	50%