

*Informe Final de Diagnóstico Empresarial*

# INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

Essensale Sociedad Por Acciones  
Simplificada-Senthia

2025

## **CONTENIDO**

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. ANEXO

Business Model Canvas 2025

### **a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:**

Essensale S.A.S. surge con el propósito de ofrecer bienestar a través de productos innovadores, accesibles y de alta calidad. Inició con la marca Senthia, pionera en perfumería personalizada bajo el concepto “Hágalo Usted Mismo”. Con el tiempo, evolucionó hacia un ecosistema integral de bienestar que incluye líneas de perfumería, cuidado personal y hogar. La empresa mantiene su compromiso con la calidad, la innovación y la sostenibilidad, fortaleciendo su presencia en el mercado mediante la cercanía con el cliente y la mejora continua de su portafolio.

<b>Misión</b> Ser un aliado confiable y experto para que todos puedan oler bien y sentirse mejor, sin invertir grandes sumas de dinero.	<b>Visión</b> Ser reconocidos en el mercado latino como una marca referente en fragancias y productos innovadores que transformen momentos cotidianos en experiencias de bienestar.
--	--

#### **Valores**

- Flexibilidad

Nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes y a un entorno en constante.

- Acción

Transformamos nuestras ideas en soluciones concretas que generan impacto positivo.

- Empatía

Escuchamos y comprendemos a nuestros clientes, colaboradores y el entorno.

- Perseverancia

Trabajamos con determinación para alcanzar nuestros objetivos.

- Innovación

Buscamos nuevas formas de mejorar nuestros productos y procesos de manera sostenible.

- Responsabilidad

Actuamos con ética y compromiso social, promoviendo el bienestar de las personas y el cuidado del medio ambiente.

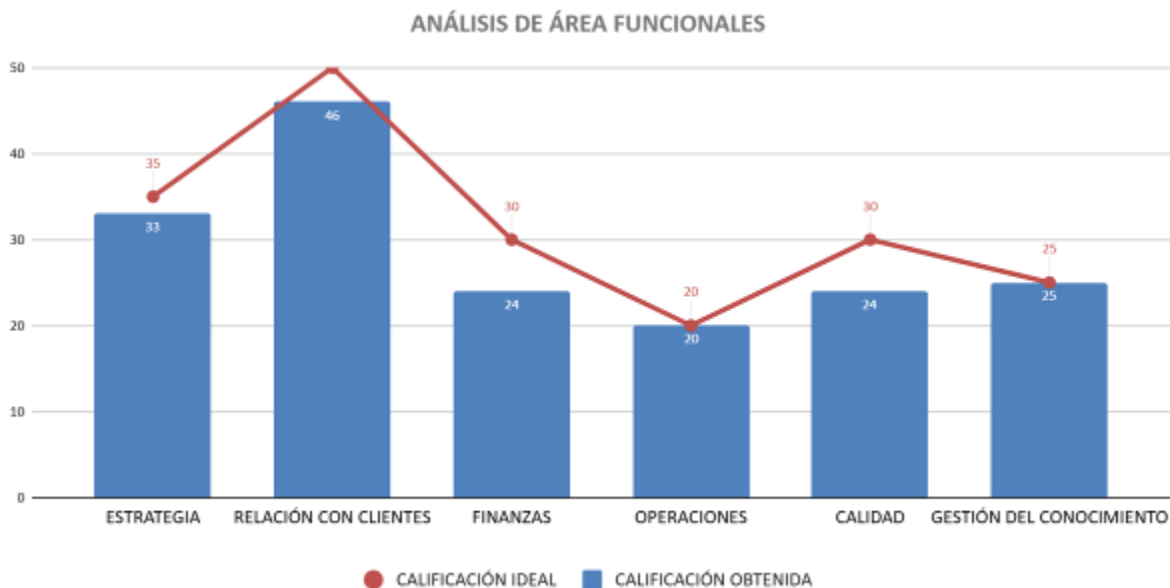
#### **Descripción del Mercado que Atiende Essensale S.A.S.**

Essensale S.A.S. atiende un mercado enfocado en el bienestar integral, abarcando sectores como la perfumería, el cuidado personal y el hogar. Su propuesta se dirige tanto al mercado masivo como a segmentos que valoran la personalización, la innovación y la calidad accesible. Gracias a su modelo "Hágalo Usted Mismo", ha captado nichos interesados en experiencias únicas y participativas.

#### **Perfil de los Clientes**

Los clientes de Essensale S.A.S. son personas que:  
Buscan bienestar y equilibrio en su vida cotidiana.  
Valoran la personalización de productos, especialmente en fragancias.  
Prefieren productos de alta calidad a precios accesibles.  
Se preocupan por la sostenibilidad y el impacto de sus decisiones de consumo.  
Abarcan un rango amplio de edades, incluyendo jóvenes, adultos y familias interesadas en el cuidado personal y del hogar.

### *b) Evaluación de Áreas Funcionales:*

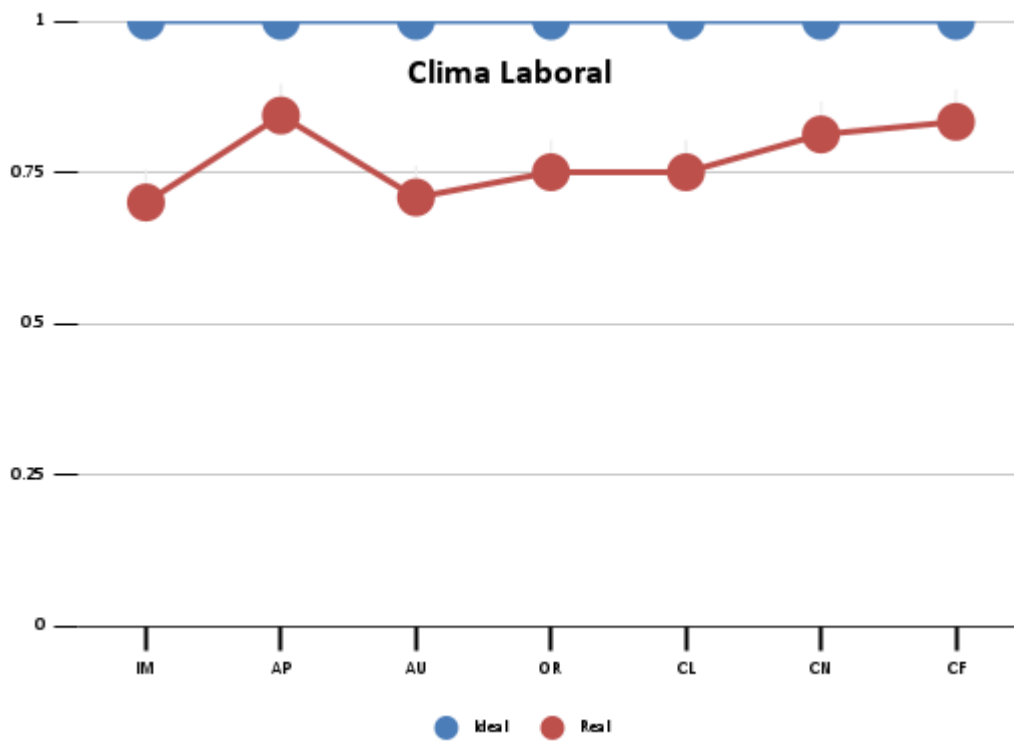


### Qué encontramos:

**Finanzas:** El área de finanzas alcanzó una calificación de 24, en comparación con la calificación ideal de 30, lo que evidencia una clara diferencia de 6 puntos. Aunque se han logrado avances, aún se miran aspectos que puedan fortalecerse. También es importante trabajar en un mayor control financiero, una planificación presupuestaria más efectiva y análisis más detallado de la rentabilidad.

**Calidad:** Hay una brecha con 6 puntos de diferencia respecto a la calificación ideal, lo que demuestra posibles mejoras en la gestión de la calidad del producto siendo necesario fortalecer mecanismos de control y evaluación para garantizar que los productos cumplan con los estándares establecidos y satisfagan a los clientes.

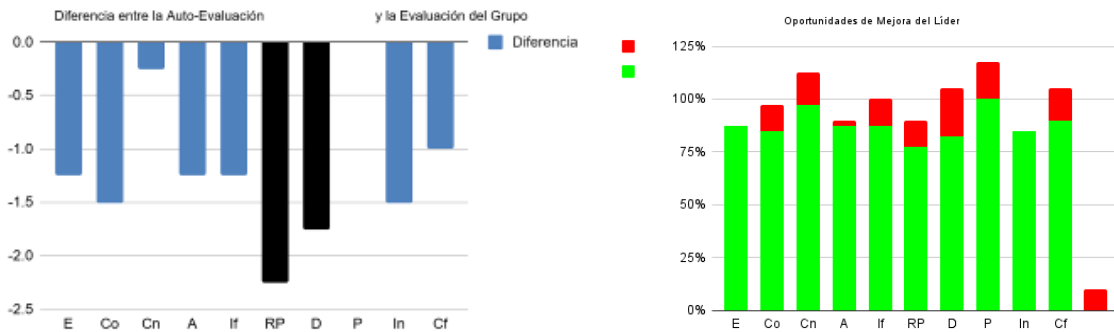
*c) Clima de Trabajo:*



**Qué encontramos:**

Los resultados reflejan que las dimensiones de implicación y autonomía representan los puntajes más bajos del clima laboral, esto demuestra una baja conexión de los colaboradores con los objetivos organizacionales y una limitada capacidad para tomar decisiones. La baja implicación puede deberse a la poca participación en procesos claves o falta de reconocimiento, mientras que la escasa autonomía podría estar afectando la motivación y productividad.

*d) Liderazgo:*



**Qué encontramos:**

Factores como la deficiencia en la escucha activa, poca empatía y dificultad en el trato interpersonal han generado esta percepción negativa. Sin relaciones humanas positivas el equipo pierde confianza, comunicación y compromiso. Mejorar estos aspectos favorecerá un ambiente laboral más saludable esperando un incremento en la confianza, cohesión de equipo y colaboración.

El líder cree delegar adecuadamente pero los colaboradores no se sienten capaces de tomar sus propias decisiones debido a que el líder no confía en ellos. Al mejorar la delegación los colaboradores podrán asumir mayores responsabilidades, aumentando su motivación y compromiso.

Informe Final de Diagnóstico Empresarial

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía:		Diseñado por:		Fecha:
<p><b>SEGMENTO DE CLIENTES</b></p> <p>Nuestro principal segmento de clientes son jóvenes y adultos entre 18 y 55 años con predominio del genero femenino, pricipamental de estratos de 3 a 5 que viven en la ciudad de Cali. Entre ellos destacan profesionales jóvenes,amas de casa y adultos millennials interesados en cuidado personal y del hogar que combinan compras online con experiencia en tiendas físicas.</p>	<p><b>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE</b></p> <p>Venta y comercialización: De perfumes y productos de bienestar. Producción personalizada: como fragancias bajo el modelo "Hágalo Usted Mismo". Atención y asesoría al cliente, personalizada y constante. Distribución y Marketing: Enfocado en redes sociales y canales digitales. Facturación y gestión administrativa: para controlar pedidos y operaciones internas.</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa , la calidad nos hace diferentes en el mercado, por eso nos adaptamos a sus necesidades, promovemos la participación activa mediante el modelo "Hagalo Usted Mismo", y generamos un impacto positivo en su vidad diaria y en el entorno, con soluciones innovadoras y responsables. Creamos experiencias unicas de bienestar a traves de productos personalizables, sostenibles y de alta calidad.</p>	<p><b>RELACIÓN CON CLIENTES</b></p> <p>Buscamos construir relaciones cercanas y duradera con nuestros clientes a traves de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acompañamientos que se realicen durante el proceso de compra.</li> <li>• Asesoría constante.</li> <li>• Programa de fidelización.</li> <li>• Atención postventa.</li> <li>• Fidelización de clientes.</li> <li>• Creando experiencias unicas.</li> </ul>	<p><b>ALIANZAS CLAVES</b></p> <p>* Proveedores de materias primas seleccionadas. * Franquiciados como canal estratégico de expansión. * Entidades regulatorias (para cumplimiento normativo). * Alianzas logísticas y tecnológicas.</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Local físico con alto flujo peatonal.</li> <li>- Talento humano calificado y motivado.</li> <li>- Marca Senthia consolidada.</li> <li>- Tecnología de punta para operación y atención.</li> <li>- Manuales, políticas y sistema de gestión (SGI).</li> <li>- Red de franquiciados.</li> </ul>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Tiendas propias: Puntos de venta físicos gestionados directamente por Essensale en ubicaciones estratégicas (ej: centros comerciales urbanos). Franquiciado: Tiendas operadas por socios bajo licencia de Essensale. Redes sociales: Instagram, WhatsApp, TikTok y Facebook para venta social (shoppable posts) y construcción de comunidad.</p>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos de adquisición de materias primas.</li> <li>- Operación y mantenimiento del local físico.</li> <li>- Tecnología y sistemas de información.</li> <li>- Formación y soporte a franquiciados.</li> <li>- Costos de personal y bienestar laboral.</li> <li>- Inversión en marketing, innovación y sostenibilidad.</li> </ul>		<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <p>El 100% de los ingresos recibidos en Essensale S.A.S. proviene de la venta de productos de perfumería, cuidado personal y del hogar. Estos ingresos se perciben a través de ventas directas en puntos físicos y digitales, así como por medio de tarjetas débito y crédito. Del total de estos ingresos, un 20% corresponde a las ventas realizadas por los franquiciados, quienes operan bajo el modelo de negocio de la empresa, aportando a su expansión y posicionamiento en el mercado.</p>		

Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:

Fecha: 21-Julio-2025  
 Firma del Consultor: Diana Mina-Margarita Soliman