



CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



Jabones con olor varonil



Integrantes:

- Chicmana Fernández Luz Patricia
- Salazar Torres Jonathan

Razón Social INVERSIONES
CHICMANA &
ASOCIADOS S.A.C.

Giro del Negocio:
Fabricación

Código CIU: 352302



Breve descripción del negocio

- Nuestra empresa se dedicara a la fabricación de jabones con olor varonil entre los cuales destacamos 4 aromas imponentes que son el vino tinto, cerveza, amaderado y dinero. Cada jabón tendrá un peso de 125 gr. o 4.2 Oz. Presentadas en cajas de cartón con el logo de nuestro jabón y diseños exclusivos de nuestra marca.
- Nuestra empresa estará ubicada en la avenida Huancavelica cuadra 9 donde alquilaremos un local para la elaboración y distribución de nuestro producto ya terminado, es así que para abaratar los costos de producción compraremos la materia prima en Lima o de distribuidores directos.

Visión

Ser una empresa líder a nivel regional, satisfaciendo a todos nuestros consumidores con un producto natural 100% orgánico y único.

Misión

Elaborar los mejores jabones de la región, la diversidad de olores para todo tipo de consumidores.

Valores

- honestidad
- proactividad
- perseverancia

Objetivos

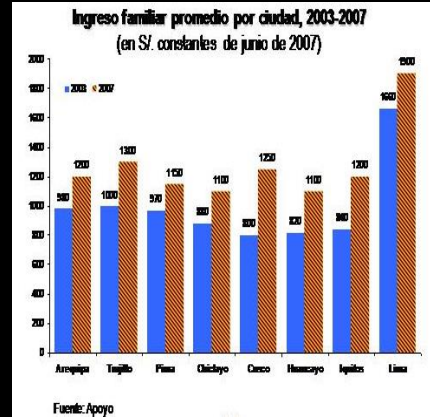
Nuestro principal objetivo es ingresar al mercado local, a través de bodegas, tiendas, el mercado, boticas y farmacias a nivel local.

Capítulo II. Análisis del Mercado

2.1 Mercado potencial

- **CONSUMIDOR:**

Objetivo: Conocer el perfil del consumidor de servicios de diversión tranquila en un espacio natural, dentro esto estamos considerando sus gustos, preferencias, ingresos, gastos, costumbres y frecuencia de uso de servicios de recreación.



2.3 Segmentación del mercado

PERFIL DEL CONSUMIDOR

- Sexo: masculino
- Edad: 17 a 35 años
- NSE: B y C
- Cultura: varones que deseen descubrir nuevas fragancias a la hora de bañarse.
- Disposición de compra:
- Personas que tengan la necesidad de experimentar nuevos olores y sensaciones a la hora de bañarse.
- Existencia del gusto por los nuevos aromas.

2.4 Propuesta única de venta:

- Nuestros jabones son innovadores ya que contienen fragancias nuevas en el mercado.
- Algo que las demás marcas de jabones no lo tienen.



2.6 Ventaja competitiva

- Nuestra principal ventaja competitiva es la diferenciación.
- Nuestros competidores directos tienen posicionamiento en el mercado local y nacional, pero la mayoría de ellos está dirigida para el público unisex.
- Otra ventaja competitiva que encontramos es que para empezar solo abarcaremos el mercado local, y después queremos llegar al público regional tal y como dice nuestra visión.

CUADRO RESUMEN DE LA DEMANDA Y VENTAS PROYECTADAS

| Items | Unidad | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Jabones | 67320 | 66512 | 65714 | 64925 | 64146 | 63377 |
| Precio | S/3.00 | S/3.00 | S/3.00 | S/3.00 | S/3.00 | S/3.00 |
| Tasa de Crecimiento | 1.2% | 1.2% | 1.2% | 1.2% | 1.2% | 1.2% |
| Ventas en unidades monetarias | S/201,960.00 | S/199,536.48 | S/197,142.04 | S/194,776.34 | S/192,439.02 | S/190,129.75 |

INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS DEL PLAN DE NEGOCIO

| INDICADORES | ECONOMICOS | FINANCIEROS |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Valor Actual Neto (VAN) | 155636.51 | 395480.14 |
| Tasa Interna d/Retorno(TIR) | 112% | 378% |
| Beneficio Costo (B/C) | 2.38 | 7.95 |



CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



Jabones con olor varonil



Informes:

Conti-emprende@continental.edu.pe