

**XXII Feria Virtual de Planes de
Iniciativa Empresarial**

***PROTECTOR DE CELULAR
ARTESANAL***



Integrantes:

N°	Apellidos y nombres	Carrera	Código
1	Santivañez Molina Jhorby	Administración y Marketing	47818665
2	Villano Castellanos Geraldine K.	Contabilidad	71274015
3	Zacarias Pacheco Diana D.	Administración y Negocios Internacionales	72907482
4	Yauri Curilla Manuel G.	Medicina Humana	76626156

Docente: HERBERT ALBERTO ARROYO DAVILA

NRC:11231

Descripción de la idea de negocio:

El problema identificado en las personas de todo nuestro sector, es que se necesita el cuidado más estricto del medio ambiente ya que en la actualidad estamos tratando de disminuir lo que es el plástico, por ello nos planteamos a realizar la producción de protectores de celulares a base de corcho y madera reciclada, cuidando así nuestro medio ambiente y reducción de protectores de plástico.

El protector para celulares será producido de manera personalizada ya que los celulares vienen en múltiples diseños y tamaños, utilizando material reciclado como la madera que sería la base y láminas de corcho que iría en la superficie.

Según la Página. Web

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/06/20/smartphones/1561040762_963966.html

nos habla la importancia del cuidado del medio ambiente y que en la actualidad se van a realizar fundas ecológicas para el mejor cuidado del medio ambiente ya que muchas de las personas están a favor ello.

La presente iniciativa empresarial enfocado en el cuidado del medio ambiente, con el respaldo de la ONU estando a favor de la creación de nuevos productos ecológicos para un mejor cuidado de nuestro medio ambiente.

Descripción del impacto social positivo:

El producto innovador creado, objetivo principal, sustituir a todas aquellas fundas para celulares hechos por plástico, por ello creamos el protector para celulares hechos a base de corcho y madera reciclada con características únicas y personalizadas, ayudándonos al cuidado del medio ambiente ya las fundas de plástico duran más de 100 años en degradarse, mientras nuestro producto si es desechado no pasarían de los 4 años en degradarse sin contaminar el medio ambiente.

Características creativas e innovadoras de la idea

SUSTITUIR

Fundas de plástico.

COMBINAR

Productos reciclables como el corcho y la madera.

ADAPTAR

Se acoplará al medio ambiente ya que no contamina el producto.

MODIFICAR

Variar las fundas convencionales modificándolas ya sea en su diseño y su material reciclado.

PERMUTAR

Cambiar los modelos tradicionales de las fundas en la actualidad por otras que sean ecológicas y personalizadas.

ELIMINAR

Tratar de no utilizar materiales que puedan contaminar el medio ambiente, así como el plástico.

REORDENAR

Incentivar a la gente a la compra de productos biodegradables ya que cuida al medio ambiente, así como nuestro producto, que son las fundas hechas por productos como el corcho y la madera.

Segmentación de mercado

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	TÍPICOS DEL MERCADO SEGMENTOS
GEOGRÁFICOS	
Región	Departamento Junín – Provincia de Huancayo (28 distritos y 450 poblados).
Tamaño de la ciudad de Huancayo, en cantidad de Personas	Total de 545 615 mil personas – representa un 43.6% del total en la región Junín.
Cantidad de Personas entre 10 - 70 años de edad.	Hombres :125 250 Mujeres : 290 250 Total de : 415 500 personas.
Área Urbana / Rural	Urbana : 503 674 mil personas Rural : 41 941 mil personas
Tasa de crecimiento	1.6 promedio anual.
DEMOGRÁFICOS	
Ingreso	Independientes: S/ 930.00 – mas Dependientes: Ingreso familiar mayor al mínimo vital en Perú.
Edad	10 – 70 años .
Género	Masculino – Femenino
Ciclo de vida familiar	Niños, Adolescentes, Jóvenes, Solteros, Casados, Divorciado, Viudo
Clase social	Alta, Media, Baja.

Escolaridad	Primaria, Secundaria, Instituto, Universidad, Egresados, sin estudios.
Ocupación	Estudiantes, Profesionales, oficinista, hogar.
PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Ambicioso, comprometido con el medio ambiente, gustos fuera de común o de lo estándar, Gusto por lo artesanal, gusto de productos a base de madera.
Estilo de vida	Sofisticados
Clase Social	Baja, baja-media, media-media, media-alta, alta.
CONDUCTUALES	
Beneficios Deseados	Calidad, Servicio personalizado, precios accesibles, comprometido con el medio ambiente.
Tasa de uso	No usuario, pequeño usuario, antiguo usuario, usuario potencial, primer uso, usuario regular.
Estadio de Compra	Desconoce, Conoce, Informado, interesado, Deseoso, Intenta comprar.

Fuentes de
información

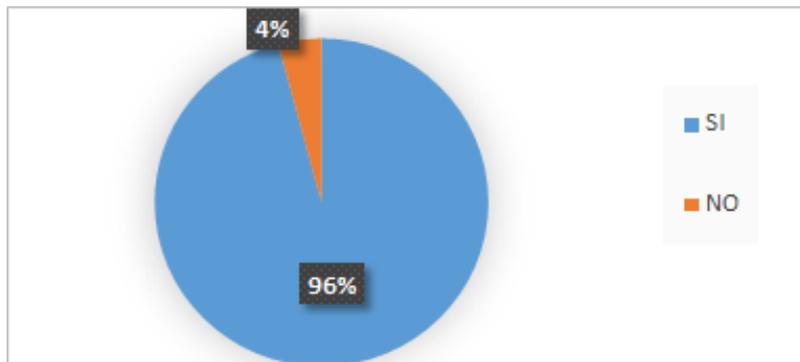
Fuente: Elaboración propia a partir de
<http://www.arellanomarketing.com/content/content.php?plD=174>,
INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda 2007 y 2017.

La ficha técnica estadística

Universo poblacional	• 415 500 personas entre 10 - 70 años de edad
Ámbito geográfico	• Provincia de Huancayo
Método de muestreo	• Aleatorio simple
Tamaño muestral	• 384 personas
Perfil del encuestado	• Sofisticados: Son innovadores en el consumo, cazadores en la tendencia, buscan lo nuevo y lo moderno.
Nivel de confianza	• 95 %
Error de muestreo	• 5 %
Fecha	• 4 de octubre del 2019

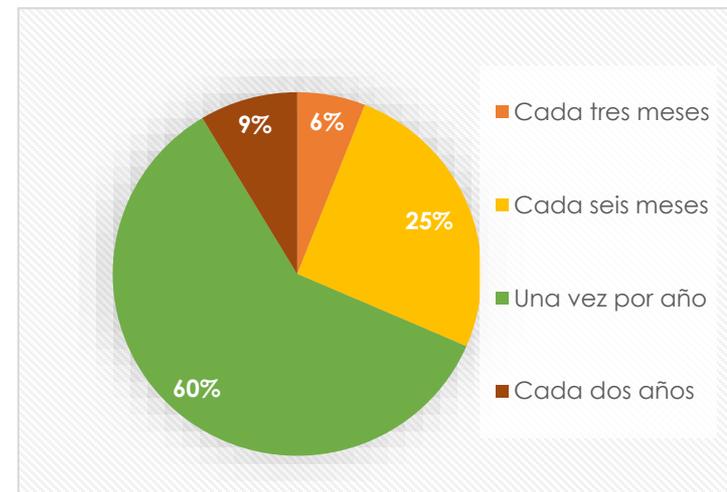
Resultados de la encuesta

Intención de compra



Interpretación: En la pregunta 1°, se evidencia que un 96% de personas, compra protectores para celulares y solo un 4% de ellos no lo compra

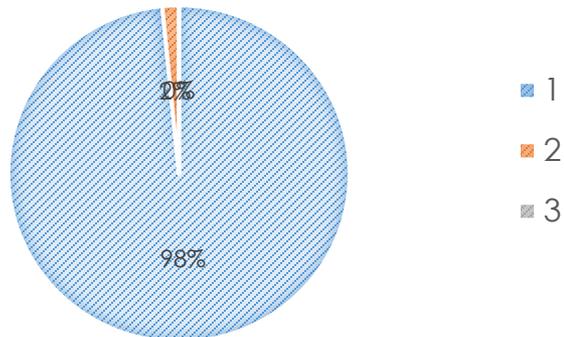
Frecuencia de compra



Interpretación: En la pregunta 8°, se evidencia que un 60% de las personas, compra protectores para celulares. una vez por año, seguido de un 25% que compra de manera semestral.

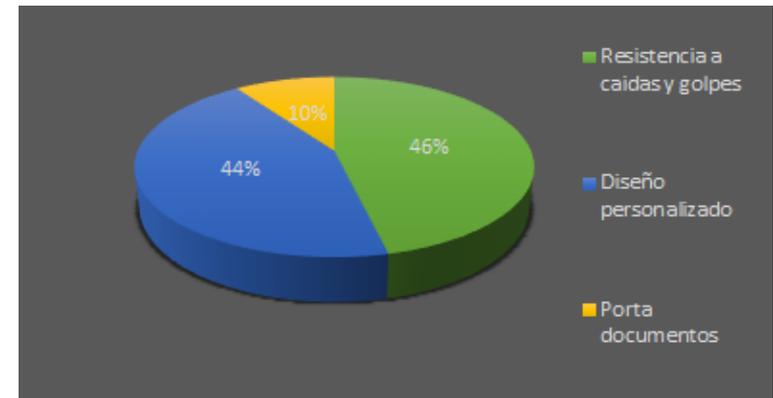
Resultados de la encuesta

Volumen de compra



Interpretación: En la pregunta 98°, se evidencia que un 50% de las personas, por cada visita que realiza a las tiendas solo compra una funda para celular.

Características del producto



Interpretación:

- Porta documentos
- Diseño personalizado
- Resistencia a caídas y golpes

Identificación de los mercados y la demanda

Mercados



Demanda

Fórmula de la demanda: Mercado objetivo * frecuencia de compra anualizada * volumen de compra

$$Q = 7,693 \times 2 \times 1$$

$$Q = 15,386$$

Proyección de los ingresos

Ítems	U.M.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de crecimiento	%		1.6	1.6	1.6	1.6
Mercado potencial	Nº	40885	41539.16	42203.79	42879.05	43565.11
Mercado disponible	Nº	39250	39878	40516.05	14464.3	41822.93
Mercado objetivo	Nº	7693	7816.088	7941.145	8068.204	8197.295
Frecuencia de compra	Nº de veces	2	2	2	2	2
Volumen de compra	Nº de productos	1	1	1	1	1
Demanda	Nº de productos	15386	15632.18	15882.29	16136.41	16394.59
Precio unitario	S/	20	20	20	20	20
Ingresos totales	S/	307720	312643.5	317645.8	322728.1	317891.8

Ficha técnica del producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PROTECTORES DE CORCHOS PARA CELULARES	
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
	<p>Protectores hechos con corchos con diseños personalizados y variedad de modelos de celulares.</p>	
	MATERIA PRIMA	Laminas de corcho
	INSUMOS	Plantillas de medidas y formas de los celulares, máquina cortadora, dibujos diferentes para la parte posterior,
	COLORES	Neutros
	DISEÑOS	Andinos, modernos, animados, culturales
	PESO	
USO Y APLICACIONES	Protectores de celulares para evitar que el celular se pueda quebrar.	



“Un hombre con una idea nueva es un loco hasta que
la idea triunfa”

MARK TWAIN



XXII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

Centro de Emprendimiento Continental
Av. San Carlos 1980 - Huancayo
Teléfono: 064 - 481430 Anexo 7720
Conti-emprende@continental.edu.pe