

## XXIII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

**Producción de crema natural a base de  
molle “NATURAL BEAUTY”.**



## Integrantes:

N°	Apellidos y nombres	Carrera
01	García Ríos, Alejandra Vanessa	Administración y Negocios Internacionales
02	Sacsi Llerena, Lorena Fabiola	Administración y Negocios Internacionales
03	Villar Sotelo, Lorena Mathilde	Administración y Negocios Internacionales

**Docente: Mgter. Álvaro Adrián Rodríguez Barriga**

**NRC: 12412**

# Modelo de negocio de la propuesta:

<b>Socios claves</b>  Nuestros socios clave son nuestros clientes y proveedores (tiendas que comercialicen los productos necesarios naturales)	<b>Actividades claves</b>  La fabricación de la crema a base de molle 100% natural.	<b>Propuesta de valor</b>  Al ser una crema 100% natural soluciona problemas cosméticos y de salud como inflamaciones, cicatrices, etc.	<b>Relación con los clientes</b>  Nos relacionamos mediante catálogos en línea, boticas, farmacias y redes sociales. somos conscientes del problema mundial al que nos enfrentamos, por tal motivo solo trabajaremos por medio de esos canales y si la demanda es mayor, podríamos trabajar con entregas a domicilio.	<b>Segmento de clientes</b>  personas de 10 años a 90 años.  todo tipo de piel.
	<b>Recursos claves</b>  La mano de obra, es decir nuestros colaboradores son a los que consideramos claves y en escala nuestros proveedores.		<b>Canales</b>  Delivery, tiendas virtuales, farmacias y boticas.	
<b>Costos</b>  Madera MDF, envase de vidrio con dispensador, espuma y polis estireno, mano de obra y materia prima para la elaboración de la crema.			<b>Fuentes de ingreso</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El costo de la crema será por peso.</li> <li>• el costo de la crema es por el valor agregado a nuestro producto cosmético, ya que no solo es un producto para verse bien, sino para sentirse bien al solucionar problemas de salud.</li> <li>• También soluciona problemas de portabilidad, ya que vemos en el mercado cremas que no se pueden llevar fácilmente en la cartera, este producto es fácil y cómodo de trasladar.</li> </ul>	

## Descripción de la idea de negocio:

Ante la falta de productos naturales estéticos para tratamientos dermatológicos a precios accesibles, es que surge la idea de negocio “Natural Beauty” que busca producir una crema a base de molle 100% natural, que solucione el problema encontrado a precios cómodos y completamente competitivos en el mercado.

## Descripción del impacto social positivo:

### **Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos para todas las edades**

Este proyecto resolvería problemas cosméticos y de salud al ser 100% natural, con impacto en todas las edades y personas que utilicen nuestra crema hidratante, siendo una clara diferencia entre las marcas con químicos convencionales y la natural.

# Características creativas e innovadoras de la idea

SUSTITUIR

Sustituimos el cambio en algunos de los componentes los cuales se seleccionaron principalmente para mejorar el aspecto, de igual manera su aroma, puede cambiar al momento de utilizar la crema

COMBINAR

Combinamos la idea de personificar el envase para que sea mucho mas innovador y llamativo para darle una mejor imagen ante los consumidores tanto en nuestro logotipo, etiqueta y la presentación del producto.

ADAPTAR

Adaptamos nuestra intervención a la percepción y clasificación según las necesidades del cliente.

MODIFICAR

Modificamos el envase que se iba a realizar en spray por uno con dispensador haciendo de este producto más sostenible para el medio ambiente y fácil a la hora de utilizarlo.

PERMUTAR

Poner en otro uso al hacer que la gente reflexione acerca de cómo la estética en la industria de la belleza es causante de la experimentación en animales.

ELIMINAR

Eliminaremos productos que demanden mucho dinero por unos que sean accesibles y sean de la mejor calidad, pero a la vez que sea de función útil ante la elaboración del producto.

REORDENAR

Revertir nuestra intervención que iba ser específicamente para las mujeres para que ahora sea un producto para público en general y todo tipo de piel.

# Segmentación de mercado

<b>Geográfica</b>	Ciudad de Arequipa. Distritos del Sur de Arequipa
<b>Demográfica</b>	Hombres y Mujeres desde los 25 hasta los 80 años.
<b>Psicográfica</b>	Usuarios que deseen cuidar su piel por medio de tratamientos estéticos naturales y accesibles.

## Ficha técnica estadística

<b>Universo poblacional</b>	Personas de 10 a 79 años.
<b>Ámbito geográfico</b>	Urbano
<b>Método de muestreo</b>	Cuestionario
<b>Tamaño muestral</b>	246 Personas
<b>Perfil del encuestado</b>	Hombres, mujeres, jóvenes y adolescentes.
<b>Nivel de confianza</b>	95%
<b>Error de muestreo</b>	5%
<b>Fecha</b>	25/05/2020

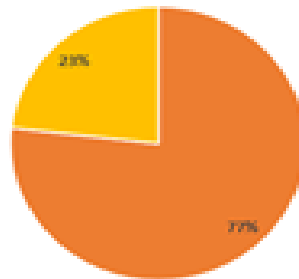


## Resultados de la encuesta

### Intención de compra

• ¿Utiliza usted cremas hidratantes?

USO	FRECUENCIA ABSOLUTO	FRECUENCIA RELATIVA
SI	189	77%
NO	57	23%
TOTAL	246	100%



USO DE CREMAS

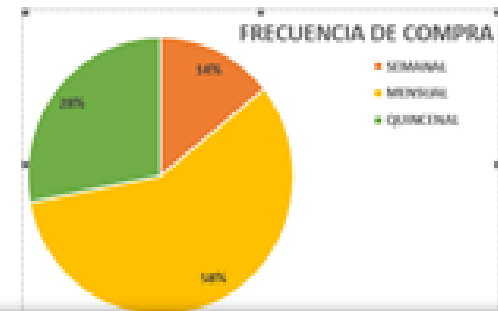
■ SI  
■ NO

La intención de compra queda validada por la aprobación de la misma en un 77%.

### Frecuencia de compra

• ¿Con qué frecuencia compraría usted nuestro producto?

COMPRA	FRECUENCIA ABSOLUTO	FRECUENCIA RELATIVA
SEMANAL	35	14%
MENSUAL	142	58%
QUINCENAL	69	28%
TOTAL	246	100%



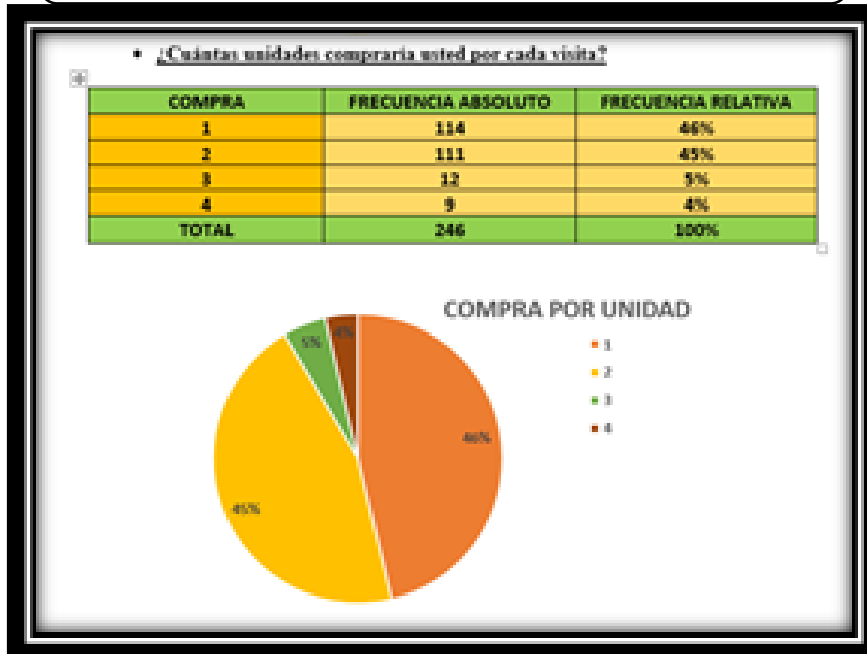
FRECUENCIA DE COMPRA

■ SEMANAL  
■ MENSUAL  
■ QUINCENAL

Se encuentra una frecuencia correspondiente a 1 vez al mes representando el 58% de los encuestados

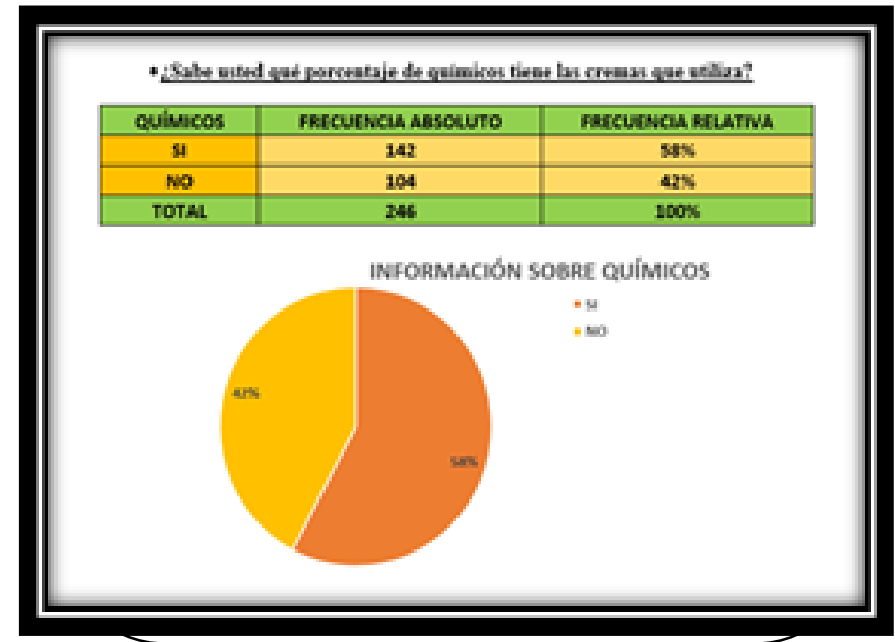
## Resultados de la encuesta

### Volumen de compra



Un 46% compraría 1 frasco y un 45% 2 frascos.

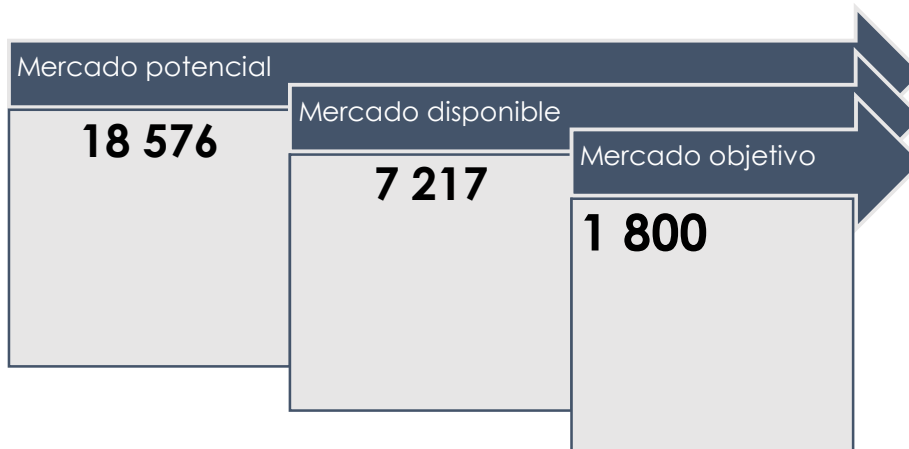
### Características del producto



El 58% de las personas no sabe qué químicos tienen los productos que usan.

# Identificación de los mercados y la demanda

## Mercados



## Demanda

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

$$150 * 1 * 12 = 1800$$

# Proyección de los ingresos envase de 50 ml

Ítems	U.M.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de crecimiento	%	1%	1%	1%	1%	1%
Mercado potencial	969 284	990 608	1 012 410	1 034 674	1 051 437	1 072 314
Mercado disponible(??)	344 899	352 486	360 241	368 166	376 657	391 423
Mercado objetivo (??)	1800	2192	3945	7101	12 782	23 076
Frecuencia de compra	12	12	12	12	12	12
Volumen de compra	1	1	1	1	1	1
Demanda	1800	3240	5832	10 497	18 894	34 009
Precio unitario	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00
Ingresos totales	90 000	S/ 162 000	S/291 600	S/291 600	S/ 944 700	1 700 450

**Fuente de información de la tasa de crecimiento:** Según el INEI, Arequipa registra un crecimiento del 1.8%

# Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO/SERVICIO	
NATURAL BEAUTY	
Imagen del prototipo	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
	<b>Materia prima</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua</li> <li>• Mole</li> <li>• Manzanilla</li> <li>• Limón</li> </ul>
	<b>Ingredientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua de rosas</li> <li>• Aceite de oliva</li> <li>• Avena</li> <li>• Vitamina E</li> </ul>
	<b>Sabores</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Olor a rosas</li> </ul>
	<b>Tamaños</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pequeño</li> <li>• Mediano</li> </ul>
	<b>Peso</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 mililitros</li> <li>• 90 mililitros</li> </ul>
	<b>Otros</b>
250 pomos de crema	

[Título del Plan de Iniciativa Emprende]

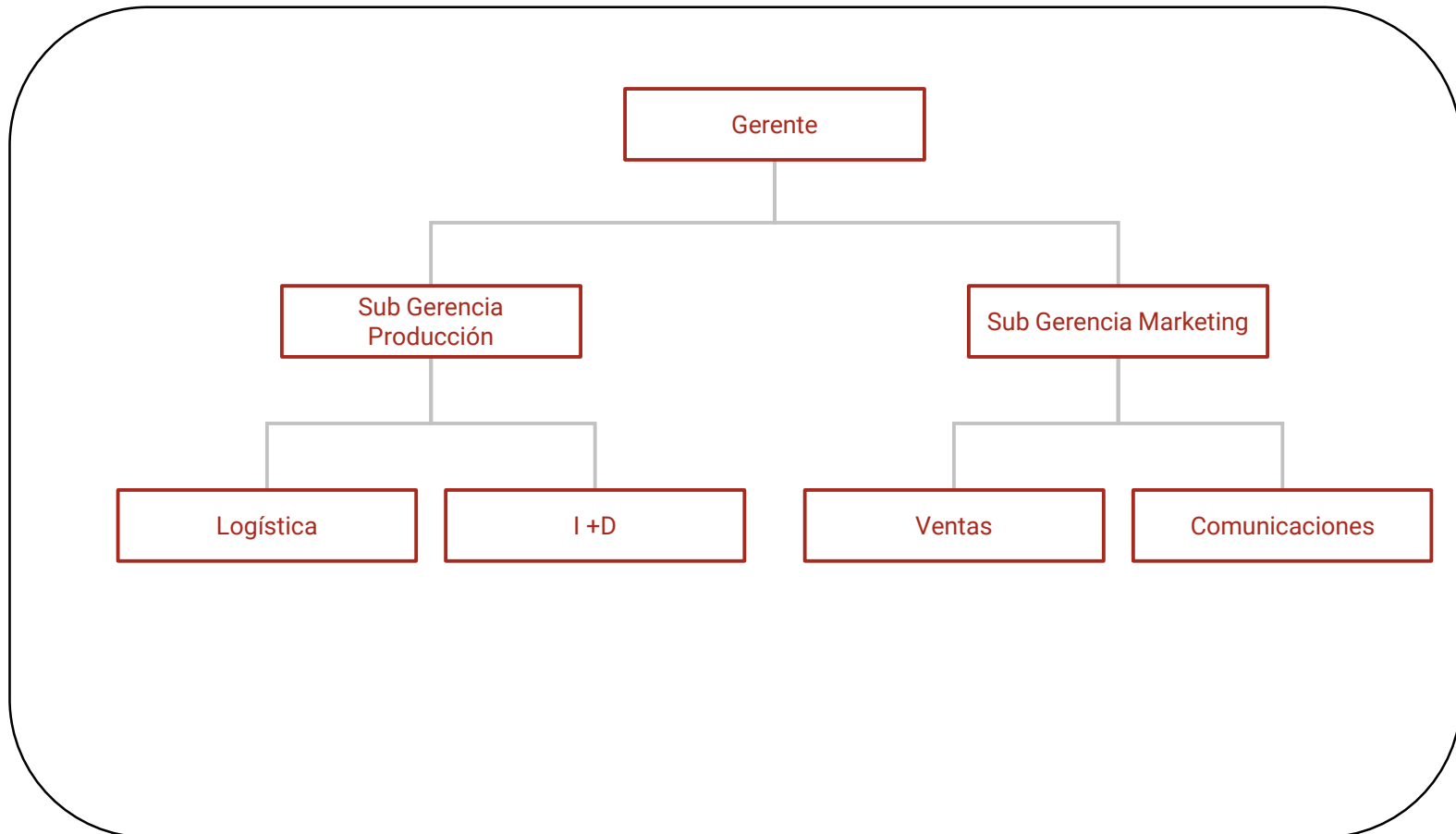


## Tipo de empresa

<b>Clasificación</b>	<b>Descripción</b>
Según la constitución legal	Persona jurídica
Según el tamaño	Pequeña empresa
Según la actividad	INDUSTRIAL- COMERCIAL
Según el origen del capital	Financiamiento

<b>Aspecto legal</b>	<b>Descripción</b>
Tipo de empresa (natural o jurídica)	Jurídica
Tipo de sociedad (EIRL, SRL, SAC)	EIRL
Régimen tributario (NRUS, RER)	RUC

# Organigrama de la empresa





## Inversión inicial

Componentes	Descripción	Sub totales
Total de activos fijos		S/11,500
Capital de trabajo	Costos y gastos fijos	S/2,500
	Costos variables	S/2100
Total de gastos pre operativos		S/5000
<b>Total de inversión</b>		<b>S/21100</b>

NECESITAREMOS UNA INVERSIÓN TOTAL DE S/21 100 PARA INICIAR EL PROYECTO.



La belleza y lo natural, serán siempre el duo  
perfecto

# XXIII 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](mailto:Conti-emprende@continental.edu.pe)