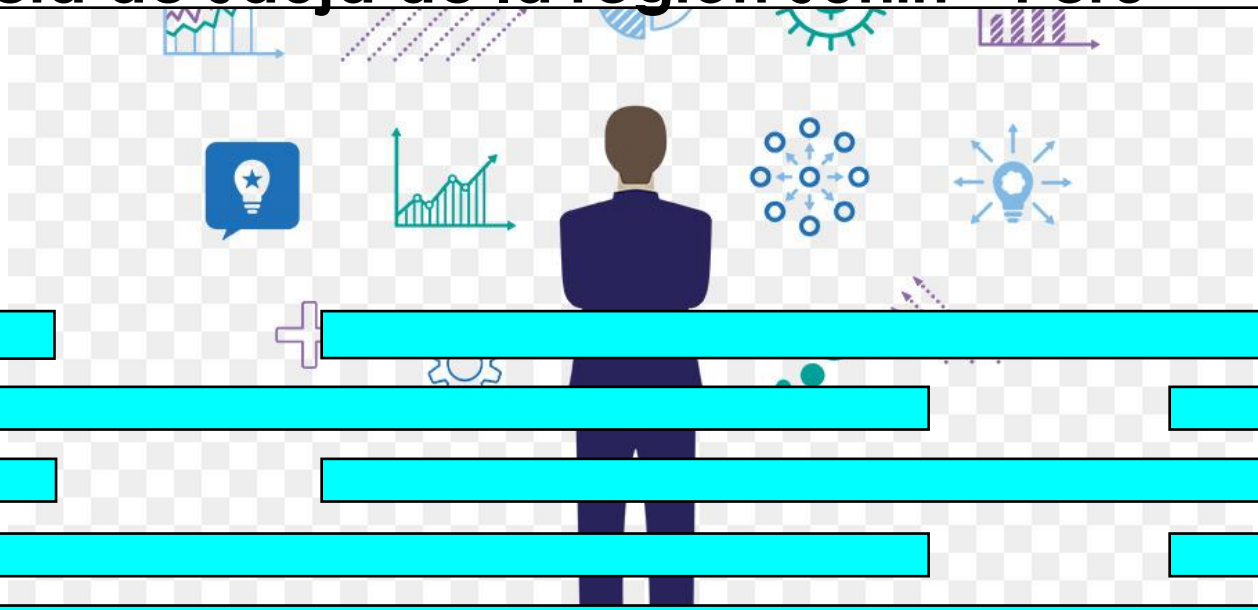
Universidad Continental

Centro de Emprendimiento

XXIII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

Producción de mascarillas para el sector salud, limpieza pública, policías, militares y personas que salgan a realizar las compras para el hogar en la provincia de Jauja de la región Junín - Perú



Universidad Continental

XXIII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

Integrantes:

N°	Apellidos y nombres	Carrera
	Delgado Huanca Mirella	Derecho
	Garcia Matamoros Mischell	Ingeniera Civil
	Mamani Mamani Sanny Daniela	Ingeniera Civil
	Palomino Chanca Deyvis Russell	Medicina Humana

Docente: TULA MENDOZA FARRO

NRC: 11461

Modelo de negocio de la propuesta:

TEMA DEL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS :
Producción y venta de mascarillas
DISENADO POR : Delgado Huanca Mirella Hikari

⑧ Alianzas estratégicas	⑦ Actividades claves	② Propuesta de valor	④ Relaciones con los cliente	① Segmento de clientes
Los socios claves son las empre que tengan los materiales, una de ellas es la proveedora de las telas y la malla, otra es la proveedora de las ligas para las orejas y la ultima el encgado de la entrega a domicilio	La frabricación de la mascarilla la publicidad y contestación a las redes sociales, además de ello la adquición rapida a los materiales necesarios	Esta propuesta debido a la cuarentena y la propagación del coranavirus, por lo cual esta propuesta facilita la adquision de mascarillas, validando asi la calidad del material utilizado en el producto, la garantía de duración despues del lavado y la utilización, ademas de ser de tamaño mas grande que las comunes mascarillas.	La relación con los clientes será directa, usando redes sociales llamadas para el pedido, las a la tienda y accesibilidad principal	Venta de mascarillas para la población de la ciudad de Jauja y Yauyos En general para las presonas que salen a hacer las compras de los productos, las personas de limpieza, los policias y enfermeras.
	⑥ Recursos claves		③ Canales de distribución	
	La tela de lino, la malla, las ligas el hilo, la maquina de costura, la fabricante, las redes sociales y el transporte		Será utilizado facebook, whatsapp, entregas a domicilio y la venta en la tienda principal	

⑨ Estructura de costos	⑤ Fuentes de ingresos
Los costos en la adquisición de la tela, la malla, las ligas, la utilización de las redes sociales, en el medio de transporte por la entrega a domicilio.	Los ingresos provienen basicamente de la venta del producto qı vendría a ser la mascarilla en su diferentes colores, ade mas de ello del costo adicional que se dará cuando se de la entrega al domicilio del producto el cual no será unh monto alto sino accesible para el cliente.

Descripción de la idea de negocio:

La idea de negocio es una idea nueva empezando desde la desmedida utilización de este producto dado los tiempos que estamos pasando por la pandemia mundial del coronavirus (COVID-19), es por ello que el uso de mascarillas es de vital importancia si estamos en contacto con personas, teniendo así un alto consumo este producto, dado que las circunstancias ameritan su uso obligatorio para todos, por ello este producto tendrá características como mayor tamaño, en diferentes colores, menor precio y será de fácil adquisición para el usuario, ya que lo podrá realizar por distintos medios tanto electrónicos como personales yendo al mismo establecimiento de venta.

Descripción del impacto social positivo:

Mascarillas "Security" se caracteriza su la calidad en el material los cuales son lino y malla, convirtiendo su uso en algo cómodo más la seguridad de estar protegidos, el producto tiene una modificación en el tamaño siendo sus nuevas medidas de 10cm de largo por 11cm de ancho, para así obtener una mejor protección, se dará una combinación entre la producción de las mascarillas, más la venta de estos mismos bajo diferentes estrategias de venta (WhatsApp, Facebook, llamadas, y venta en el mismo local). Es por este motivo que nace nuestra empresa de producción y ventas de mascarillas "Security" una empresa que brindará a la población de Jauja mascarillas con un tamaño más grande de las normales para una mejor protección, porque la seguridad de la población es lo más importante y es ahora más que nunca que necesitan poder realizar sus diferentes actividades con la seguridad de estar protegidos. Este producto se centra en el cuidado y la comodidad del nuestros futuros clientes con su uso en su día a día.

Características creativas e innovadoras de la idea

SUSTITUIR	**Sustituir** los materiales convencionales para la fabricación de mascarillas
COMBINAR	**Combinación** entre la producción de las mascarillas, más la venta de estos mismos bajo diferentes estrategias de venta (WhatsApp, Facebook, llamadas, y venta en el mismo local).
ADAPTAR	**Adaptar** los colores a la necesidad y interés del cliente
MODIFICAR	**Modificación** en el tamaño siendo sus nuevas medidas de 10cm de largo por 11cm de ancho, para así obtener una mejor protección.
PERMUTAR	**Permutar** en cierta proporción y de comprarlos en cantidad serán aún menor los precios, asegurando de todas maneras que el producto es de buena calidad.
ELIMINAR	**Eliminar** materiales baratos y dañinos
REORDENAR	**Reordenar** las ideas y la comodidad del cliente

Segmentación de mercado

Segmento: Responder: **Jauja**, Perú (unidad administrativa: Junín) - última **población** conocida es ≈ 15 400 (Año 2015). Este fue 0.049% de la total **población** Perú. Si la tasa de crecimiento de la **población** sería igual que en el periodo 2012-2015 (-1.34%/Año), **Jauja** la **población** en 2020 sería: 14 423*.

Fuentes de información	https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1576/12TOMO_01.pdf

Ficha técnica estadística

Universo poblacional	• 5438
Ámbito geográfico	• 83 257
Método de muestreo	• Probabilístico Aleatorio Simple
Tamaño muestral	• 359
Perfil del encuestado	•Sector salud, limpieza pública, policías, militares y personas que salgan a realizar las compras para el hogar en la ciudad de Jauja
Nivel de confianza	• 95%
Error de muestreo	• 5%
Fecha	• Desde el 14 al 25 de Mayo del 2020

Resultados de la encuesta

Intención de compra	Frecuencia de compra
881 clientes tiene la intención de adquiriri nuestros productos.	Con una frecuencia de compra de 2 veces a la semana.
Interpretación: Mercado Objetivo 881	Interpretación: compras 2 veces por semana

Resultados de la encuesta

Volumen de compra

Se estima un volumen de compra de 4753 productos para el año cero

Interpretación: demanda 4753

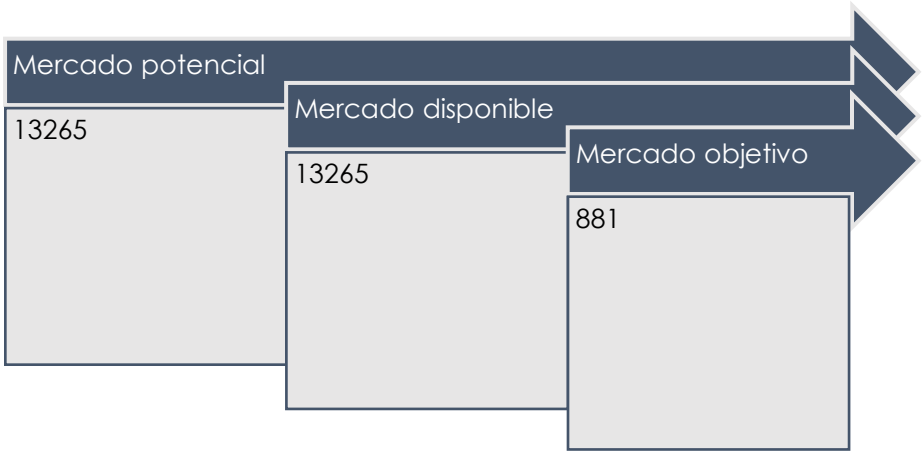
Características del producto

El producto tiene una **modificación** en el tamaño siendo sus nuevas medidas de 10cm de largo por 11cm de ancho, para así obtener una mejor protección contra el covid 19.

Interpretación: material seguro y confortable

Identificación de los mercados y la demanda

Mercados



Demanda

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

Q=4753

Proyección de los ingresos

Ítems	U.M.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de crecimiento	%					
Mercado potencial	N°					
Mercado disponible(??)	N°					
Mercado objetivo (??)	N°					
Frecuencia de compra	N° de veces					
Volumen de compra	N° de productos					
Demanda	N° de productos					
Precio unitario	S/					
Ingresos totales	S/					

Fuente de información de la tasa de crecimiento:

Universidad Continental

Ficha técnica del producto

XXIII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Mascarillas de Lino y Malla
IMAGEN DEL PRODUCTO	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Una prenda Lino y Malla, con corte en la parte inferior(barbilla) y en la parte superior media (tabique nasal). Las tirillas de la liga forman parte de la mascarilla.
MATERIA PRIMA	Lino y Malla
COLORES	Rojo, Amarillo, Verde, Celeste, Rosado, Azul y Blanco
USO	Diario
PESO	15 gramos
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Provincia de Jauja
OTROS	Personalizar la mascarilla de acuerdo al gusto del cliente
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN SEMANAL	90 mascarillas

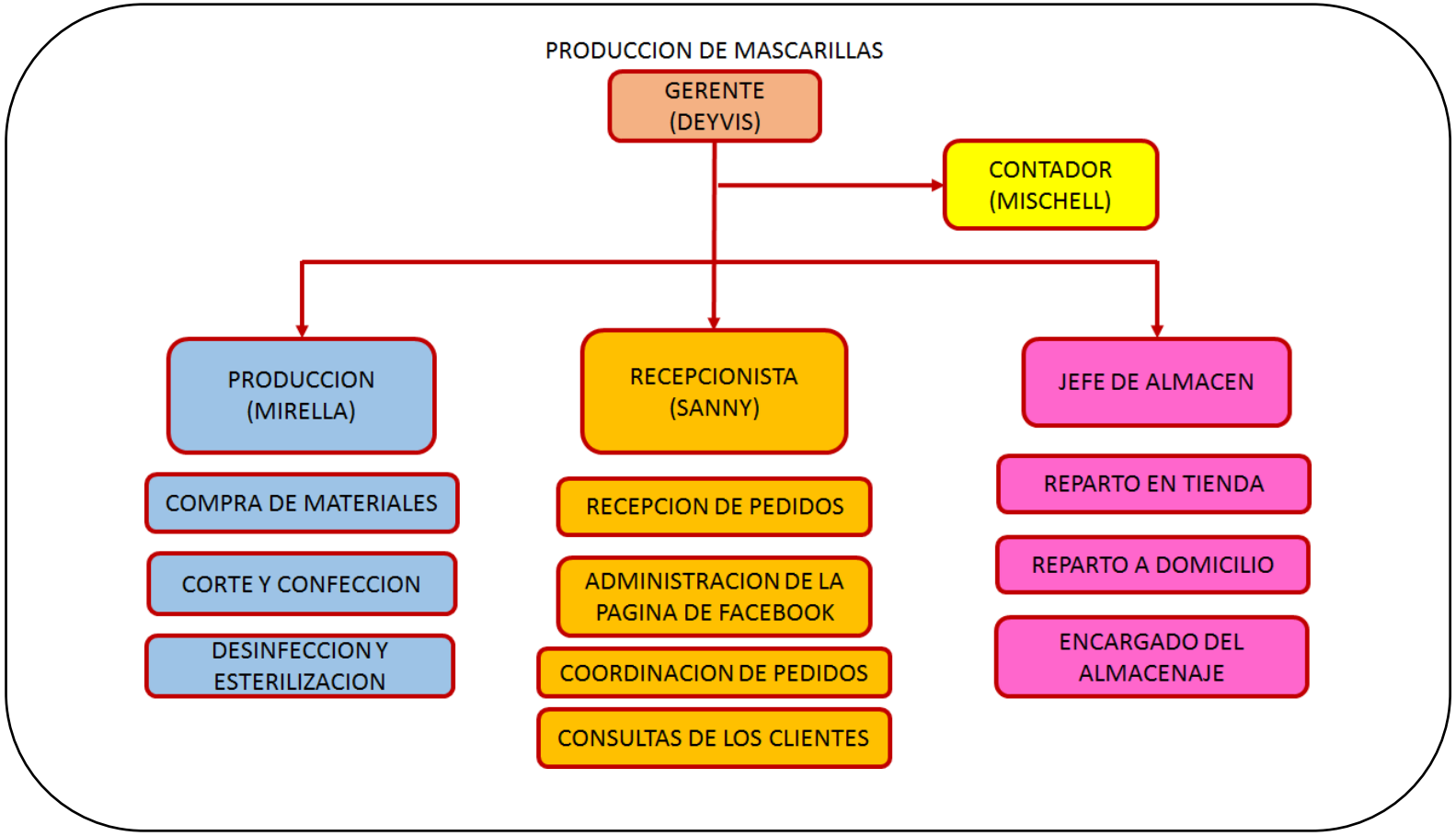
Producción de mascarillas para el sector salud, limpieza pública, policías, militares y personas que salgan a realizar las compras para el hogar

Tipo de empresa

Clasificación	Descripción
Según el tamaño	Pequeña empresa
Según la actividad	Ventas
Según el origen del capital	Mixtas

Aspecto legal	Descripción
Tipo de empresa (natural o jurídica)	Juridica
Tipo de sociedad (EIRL, SRL, SAC)	S.A.C.
Régimen tributario (NRUS, RER)	Regimen especial de impuesto a la venta RER

Organigrama de la empresa



Inversión inicial

Componentes	Descripción	Sub totales
Total de activos fijos		S/
Capital de trabajo	Costos y gastos fijos	S/
	Costos variables	S/
Total de gastos pre operativos		S/
Total de inversión		S/

Interpretación del cuadro de inversión:

Universidad Continental

XXIII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

HEALTH & LIFE SAC

PIENSA EN TU VIDA, PIENSA EN TU FAMILIA

Universidad Continental

Centro de Emprendimiento

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