IDEA DE NEGOCIO
AIMI SKIN CARE

PRESENTADO POR:

VALENTINA AGUIRRE
FEIVEL ALVAREZ
YASMIN CANO
ISABEL PALACIOS
CAMILO TAPASCO
SEBASTIÁN VALENCIA

PRESENTADO A:

LLANEDT ECHEVERRY

MATERIA:

EMPRENDIMIENTO

RISARALDA - DOSQUEBRADAS

2024

TABLA DE CONTENIDOS

1. IDEA DE NEGOCIO……...…3
Nombre…….3
Lema……...……...3
Logo……..……...3
Misión……...……3

Visión……...……..3
Valores (5)……....3 - 4
Objetivos generales (1)……..4
Objetivos específicos (3)……...4

2. ESTUDIO DE MERCADO……..5
Productos…….……5
Publicidad……5 - 6
Plaza - canales de distribución - segmentación de mercado…….7

3. ENCUESTA……...……..8
Preguntas……...…….8 - 9
Pruebas realización encuesta...…….……9 - 10
Tabulación……..11 - 15
Gráficas…….....16 - 20
Conclusiones…….…20 - 22

IDEA DE NEGOCIO

Idea: Negocio dedicado a la venta, producción y distribución de una línea de productos para el cuidado de la piel a base de productos de origen natural en la mayor parte de su composición.

Nombre: Aimi Skin Care

Lema: Porque cada piel es única, cada cuidado también.

Logo:



Misión: Creemos en la verdadera belleza, sin estereotipos, viviendo con empoderamiento y celebrando nuestras diferencias. Cada día ayudamos a construir una comunidad donde se respeta la diversidad, los gustos y los pensamientos, además con la firme convicción de que el cuidado de la piel y en sí la belleza, solo es una forma de expresión para sentirnos bien y lograr una autoaceptación plena.

Visión: Para el año 2035 ser reconocidos como la mejor empresa de cuidado de la piel, dejando un impacto positivo en nuestros clientes aportando a su proceso de autoestima logrando ser líderes y referencia en el mercado de productos de alta calidad a precios siempre accesibles lo que nos permita ser la primera opción en el mercado. Así mismo poder incursionar en el mercado internacional.

Valores:

- **Integridad:** Actuar de forma transparente con los valores particulares que nos identifiquen, manteniendo y promoviendo los valores éticos y morales que generen un entorno benéfico y confiable.

- **Excelencia:** Realizar cada proceso de la mejor forma viable, con el enfoque claro de mejorar cada día, de esta manera poder desarrollar y ofrecer lo mejor de nuestra empresa.
- **Compromiso:** Involucrarse en el alcance de fines y metas así mismo de la misión y visión, demostrando así sentido de pertenencia con los clientes y la empresa.
- **Eficiencia:** Lograr una productividad conveniente disponiendo adecuadamente de nuestros servicios, generando un mayor impacto en la fidelización de clientes.
- **Respeto:** Nos identificamos por comprender cada cliente, favoreciendo las relaciones entre los mismos, siendo ajenos a la discriminación social.

Objetivo general: Desarrollar y comercializar productos de cuidado de la piel de alta calidad que mejoren la salud y el bienestar de nuestros clientes.

Objetivos específicos:

1. **Investigación y Desarrollo Avanzado:** Impulsar la investigación continua para desarrollar fórmulas innovadoras y eficaces que aborden diversas necesidades de cuidado de la piel, como anti-envejecimiento, hidratación profunda y protección solar.

2. **Expansión del Mercado:** Expandir nuestra presencia en nuevos mercados geográficos tanto a nivel nacional como internacional, identificando oportunidades de crecimiento y adaptando nuestras estrategias de marketing y distribución para llegar a un público más amplio.

3. **Educación y Concienciación del Consumidor:** Educar a nuestros clientes sobre la importancia de una rutina de cuidado de la piel adecuada, proporcionando información transparente sobre los ingredientes utilizados, los beneficios específicos de cada producto y las mejores prácticas para el uso diario.

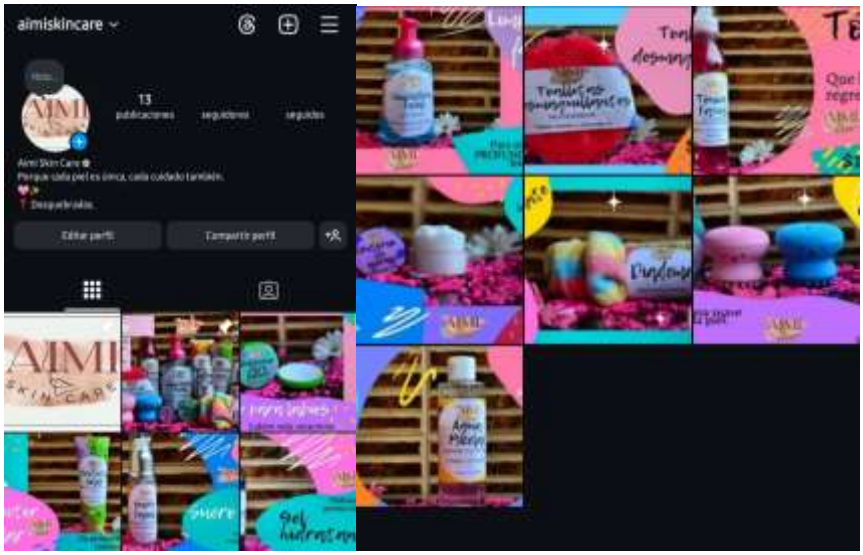
ESTUDIO DE MERCADO

Productos:

- **Diadema:** Son unas balacas que se ponen a la hora de hacer tu skin care para tener mayor facilidad y tener despejada la cara para aplicar los productos.
- **Toallas desmaquillantes:** Toallas desmaquillantes con la ventaja de que son reutilizables, una mejor alternativa a los discos tradicionales desechables
- **Masajeador facial pulpo:** Es un objeto exfoliante que ayuda a abrir los poros de la piel gracias a la forma que tiene en cada uno de sus extremos, es fácil de utilizar, ideal para lavar la piel y/o humectarla.
- **Agua micelar:** Es perfecta para desmaquillar, hidratar, suavizar y tonificar la cara, con agua de rosas; su función es calmar y limpiar el rostro ayudando a eliminar impurezas que se acumulan todo el día.
- **Limpiador facial:** Te brinda una limpieza suave y profunda, protegerá tu piel de los golpes del medio ambiente y es apto para toda piel.
- **Mascarilla facial:** Es para una excelente limpieza profunda, logrando que luzcas radiante y limpio durante mucho tiempo.
- **Suero facial de hidratación profunda:** es un producto concentrado diseñado para brindar humedad, ayuda a mantener la piel suave, flexible y radiante Este tipo de suero es ideal para pieles secas o deshidratadas.
- **Tónico**: es un producto de cuidado de la piel que se utiliza después de la limpieza facial para equilibrar el pH de la piel, eliminar los residuos de maquillaje o suciedad que puedan haber quedado Ayuda a refrescar, tonificar y revitalizar la piel.
- **Contorno de ojeras:** un producto específico para la piel alrededor de los ojos ayuda a reducir la apariencia de ojeras, bolsas, líneas finas y arrugas en esa área. Suele ser suave y ligera para evitar irritaciones en los ojos y se aplica con suaves toques para no estirar la piel.
- **Bálsamo de labios**: es un producto diseñado para hidratar, suavizar y proteger los labios ayuda a prevenir la sequedad y las grietas. Es perfecto para usarlo a lo largo del día, especialmente en climas secos o fríos.
- **Bloqueador solar:** es un producto esencial para proteger la piel de los daños causados por la exposición al sol. Ayuda a prevenir quemaduras, envejecimiento prematuro de la piel y reduce el riesgo de cáncer de piel.
- **Hidratante:** es un producto para el cuidado de la piel que ayuda a mantenerla suave, flexible e hidratada. Se aplica después de la limpieza facial hay diferentes tipos de hidratantes según el tipo de piel (seca, mixta, grasa) y las necesidades específicas de cada persona

Publicidad: Se crea una cuenta en la red social Instagram para dar a conocer la marca y darle un marketing/publicidad a través de esta, se espera obtener seguidores y con esto posible clientes fieles a nuestra marca, los cuales nos ayuden a impulsarnos cada vez más en el mercado de la cosmética y el cuidado de la piel.

Imágenes de la cuenta de Instagram:



Código qr que lleva al perfil:



Plaza - canales de distribución - segmentación de mercado: Los productos que ofrece nuestra compañía llegan a nuestro público a través de los siguientes canales:

En un punto físico en nuestra tienda principal ubicada en el centro comercial Victoria, ubicado en la ciudad de Pereira, Risaralda. Y para nuestros clientes que prefieren la vía online o que no se encuentren ya sea en la ciudad o en el país, tenemos la opción de hacer compras a través de nuestra cuenta de Instagram, ofreciendo garantía para que los productos lleguen en el mejor estado posible a su destinatario.

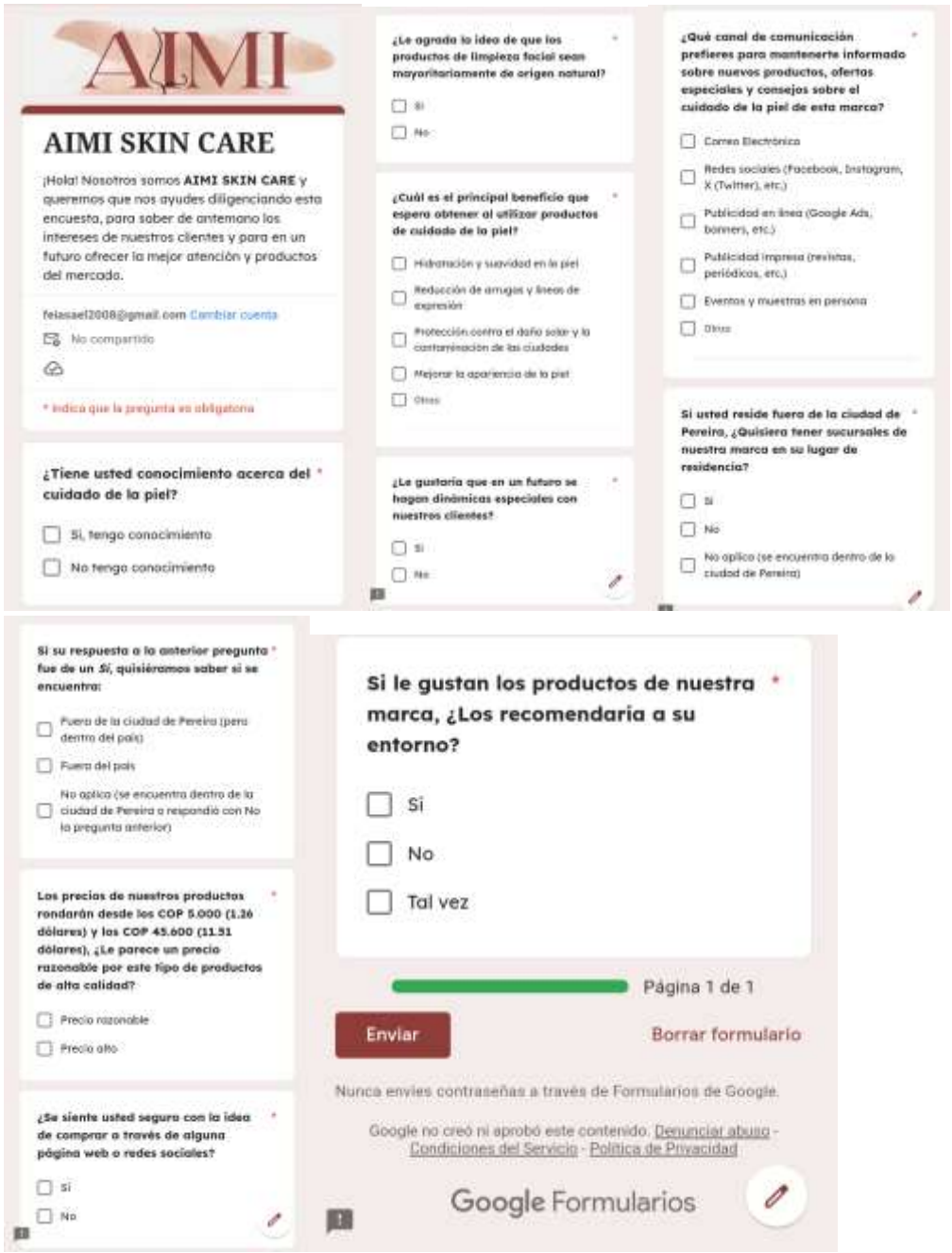
ENCUESTA

Preguntas:

1. **¿Tiene usted conocimiento acerca del cuidado de la piel?**
    - Tengo conociemiento
    - No tengo conocimiento
2. **¿Le agrada la idea de que los productos de limpieza facial sean mayoritariamente de origen natural?**
    - Sí
    - No
3. **¿Cuál es el principal beneficio que espera obtener al utilizar productos de cuidado de la piel?**
    - Hidratación y suavidad en la piel
    - Reducción de arrugas y líneas de expresión
    - Protección contra el daño solar y la contaminación de las ciudades
    - Mejorar la apariencia de la piel
    - Otro (especifique)…
4. **¿Le gustaría que en un futuro se hagan dinámicas especiales con nuestros clientes?**
    - Sí
    - No

5. **¿Qué canal de comunicación prefieres para mantenerte informado sobre nuevos productos, ofertas especiales y consejos sobre el cuidado de la piel de esta marca?**
    - Correo electrónico
    - Redes sociales (Facebook, Instagram, X (Twitter), etc.)
    - Publicidad en línea (Google Ads, banners, etc.)
    - Publicidad impresa (revistas, periódicos, etc.)
    - Eventos y muestras en persona
    - Otro (especifique)...
6. **Si usted reside fuera de la ciudad de Pereira o fuera de Colombia, ¿Quisiera tener sucursales de nuestra marca en su lugar de residencia?**
    - Sí
    - No
    - No aplica (se encuentra dentro de la ciudad de Pereira)
7. **Si su respuesta a la anterior pregunta fue de un *Sí,* quisiéramos saber si se encuentra:**
    - Fuera de la ciudad de Pereira (pero dentro del país)
    - Fuera del país
    - No aplica (se encuentra dentro de la ciudad de Pereira o respondió con No la pregunta anterior)
8. **Los precios de nuestros productos rondarán desde los COP 5.000 (1.26 dólares) y los COP 45.600 (11.51 dólares), ¿Le parece un precio razonable por este tipo de productos de alta calidad?**
    - Precio razonable
    - Precio alto
9. **¿Se siente usted seguro con la idea de comprar a través de alguna página web o redes sociales?**
    - **Sí**
    - No
10. **Si le gustan los productos de nuestra marca, ¿Los recomendaría a su entorno?**
    - Sí
    - No
    - Tal vez

Pruebas de la realización de la encuesta:



Código qr que lleva a la encuesta:



Tabulación:

			¿Tiene conocimiento sobre el cuidado de la piel?				
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Sí, tengo conocimiento	||||||||||||||||	16	16	16/21	0.7619047619	76.19047619	16
No tengo conocimiento	|||||	5	5	5/21	0.2380952381	23.80952381	16+5
Total	21	21	21	21/21	1	100%	21

		¿Le agrada la idea de que los productos de limpieza facial sean mayoritariamente de origen natural?					
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Sí	|||||||||||||||||||||	19	19	19/21	0.9047619048	90.47619048	19
No	||	2	2	2/21	0.09523809524	9.523809524	19+2
total	21	21	21	21/21	1	100%	21

		¿Cuál es el principal beneficio que espera obtener al utilizar productos de cuidado de la piel?					
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Hidratación	||||||||||	10	10	10/30	0.3333333333	33.33333333	10
Reducción de arrugas	||	2	2	2/30	0.06666666667	6.666666667	10+2
Protección daño	|||||||	7	7	7/30	0.2333333333	23.33333333	12+7
Mejorar apariencia	||||||||||	10	10	10/30	0.3333333333	33.33333333	19+10

Otro	|	1	1	1/30	0.03333333333	3.333333333	29+1
Total	30	30	30	30/30	1	100%	30

		¿Le gustaría que en un futuro se hagan dinámicas especiales con nuestros clientes?					
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Sí	|||||||||||||||	20	20	20/21	0.952380952	95.23809524	20
No	|	1	1	1/21	0.04761904762	4.761904762	20+1
Total	21	21	21	21/21	1	100%	21

¿Qué canal de comunicación prefieres para mantenerte informado sobre nuevos productos, ofertas especiales y consejos sobre el cuidado de la piel de esta marca?							
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Correo electrónico	||||	4	4	4/32	0.125	12.5	4
Redes sociales	||||||||||||||||	17	17	17/32	0.53125	53.125	4+17
Publicidad en línea	||	2	2	2/32	0.0625	6.25	21+2

Publicidad impresa	|	1	1	1/32	0.03125	3.125	23+1
Eventos en persona	|||||||	7	7	7/32	0.21875	21.875	24+7
Otro	|	1	1	1/32	0.03125	3.125	31+1
Total	32	32	32	32/32	1	100%	32

	Si usted reside fuera de la ciudad de Pereira, ¿Quisiera tener sucursales de nuestra marca en su lugar de residencia?						
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Sí	||||||||	9	9	9/22	0.409090909091	40.909090 91	9
No	||	2	2	2/22	0.0909090 9091	9.0909090 91	9+2
No aplica	||||||||||	11	11	11/22	0.5	50	11+11
Total	11	22	22	22/22	1	100%	22

		Si su respuesta a la anterior pregunta fue de un Sí, quisiéramos saber si se encuentra:					
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Fuera de Pereira	|||||	5	5	5/21	0.2380952 381	23.809523 81	5
Fuera del país	|	1	1	1/21	0.0476190 4762	4.7619047 62	5+1
No aplica	||||||||||||||	15	15	15/21	0.7142857 143	71.428571 43	6+15
Total	21	21	21	21/21	1	100%	21

Los precios de nuestros productos rondarán desde los COP 5.000 (1.26 dólares) y los COP 45.600 (11.51 dólares), ¿Le parece un precio razonable por este tipo de productos de alta calidad?							
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Precio razonable	|||||||||||||||||||	19	19	19/21	0.904761904	90.47619048	19
Precio alto	||	2	2	2/21	0.0952380952	9.523809524	19+2
Total	21	21	21	21/21	1	100%	21

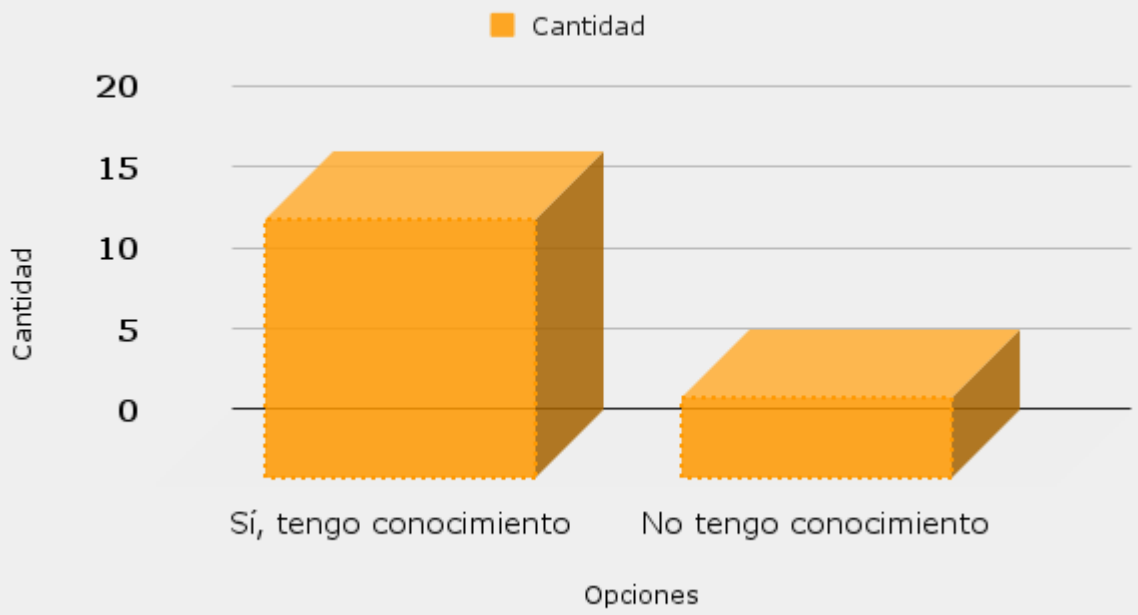
		¿Se siente usted seguro con la idea de comprar a través de alguna página web o redes sociales?					
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Sí	||||||||||||	12	12	12/21	0.571428571	57.14285714	12
No	|||||||||	9	9	9/21	0.428571428	42.85714286	12+9
Total	21	21	21	21/21	1	100%	21

		Si le gustan los productos de					

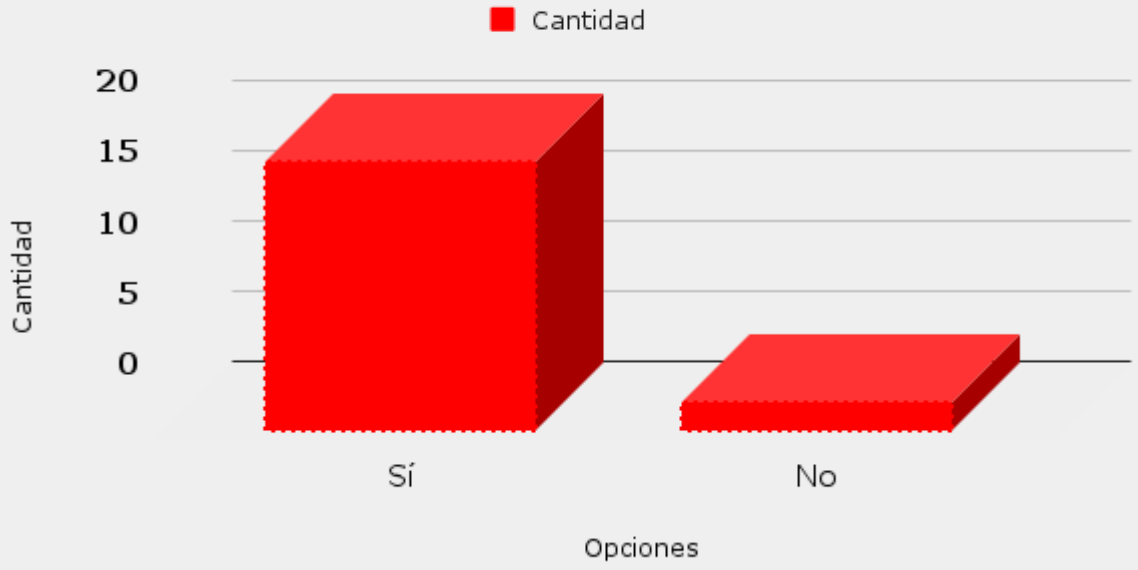
		nuestra marca, ¿Los recomendaría a su entorno?					
Opciones	Conteo	Número	Frecuencia absoluta		Frecuencia relativa		Frecuencia acumulada
				Fracción	Número decimal	Porcentual	
Sí	||||||||||||||	16	16	16/22	0.727272727273	72.72727273	15
No	|	1	1	1/22	0.04545454545	4.545454545	15+1
Tal vez	|||||	5	5	5/22	0.227272727273	22.72727273	16+5
Total	22	22	22	22/22	1	100%	21

Gráficas:

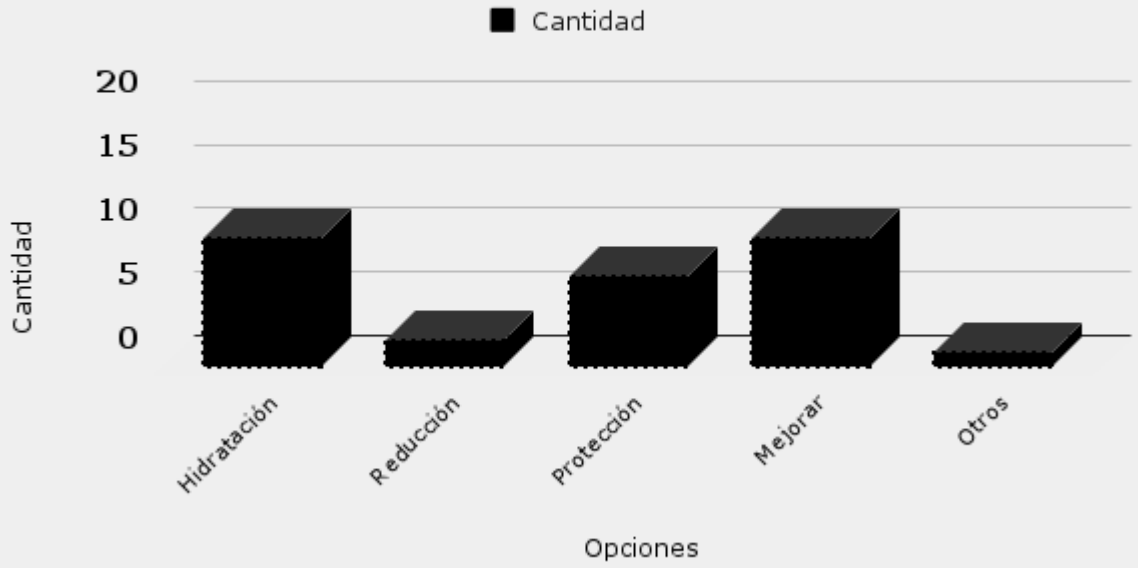
¿Tiene usted conocimiento acerca del cuidado de la piel?



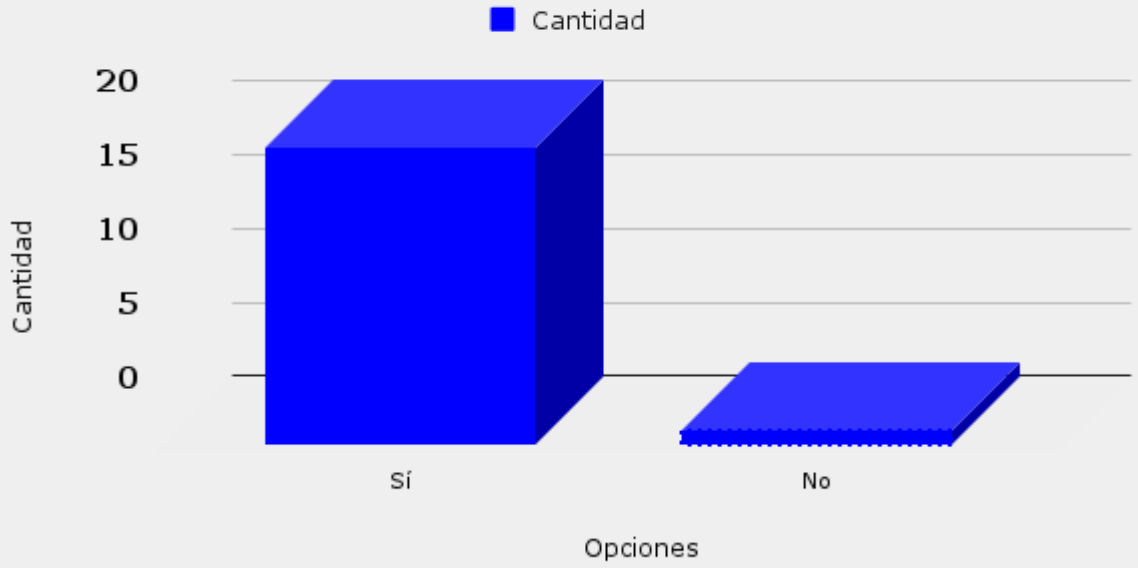
¿Le agrada la idea de que los productos de limpieza facial sean mayoritariamente de origen natural?

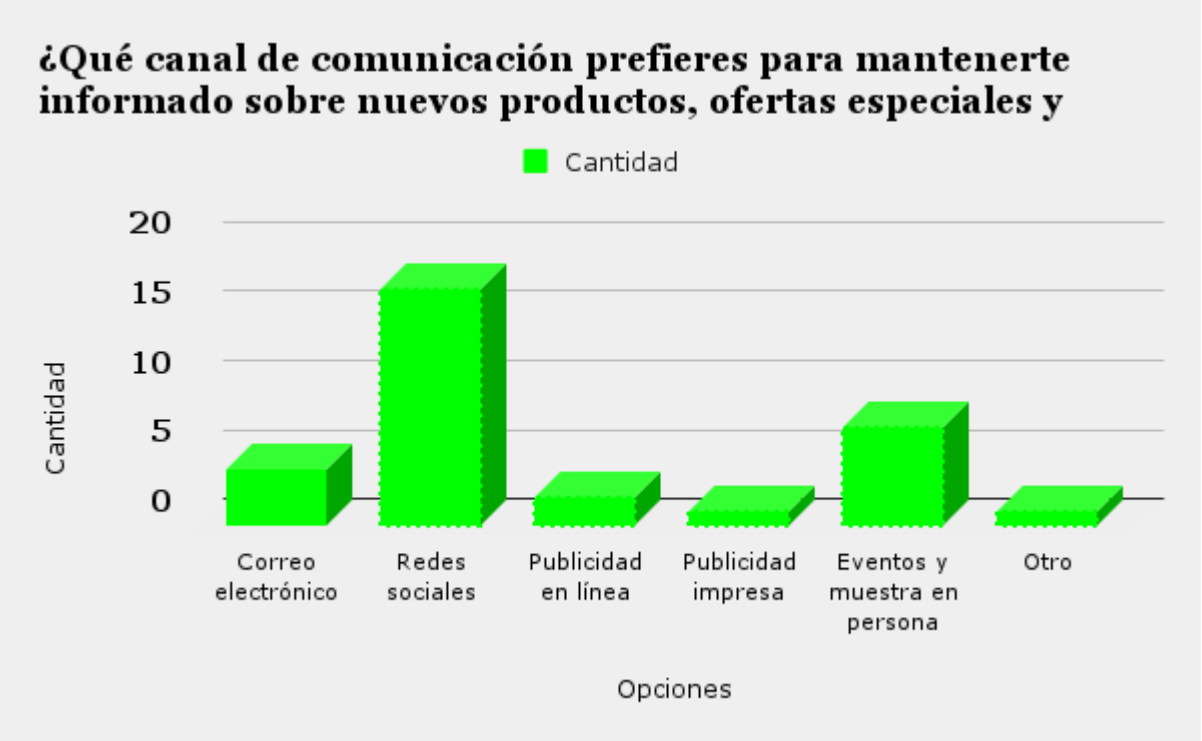


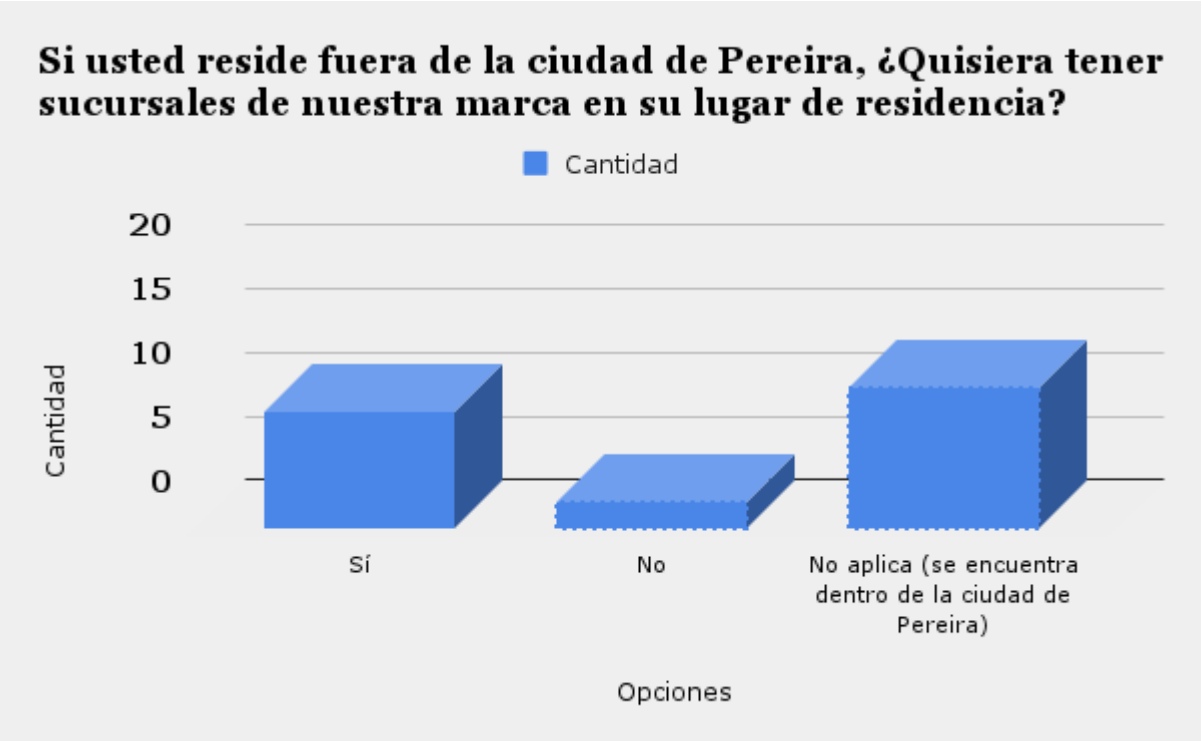
¿Cuál es el principal beneficio que espera obtener al utilizar productos de cuidado de la piel?



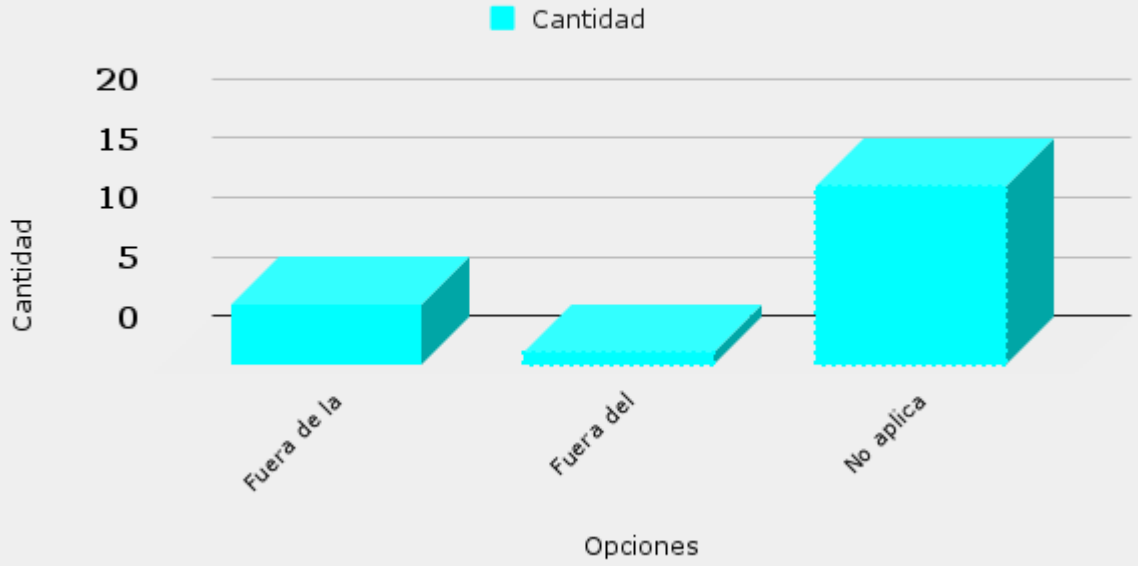
¿Le gustaría que en un futuro se hagan dinámicas especiales con nuestros clientes?



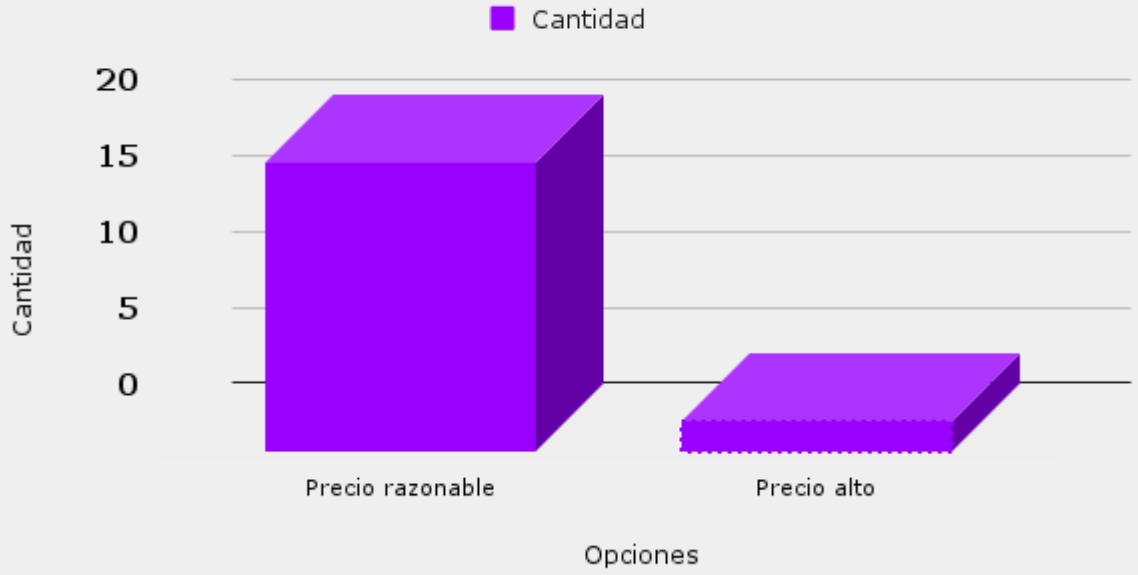

¿Qué canal de comunicación prefieres para mantenerte informado sobre nuevos productos, ofertas especiales y
Cantidad
20
15
10
5
0
Cantidad
Correo electrónico
Redes sociales
Publicidad en línea
Publicidad impresa
Eventos y muestra en persona
Otro
Opciones

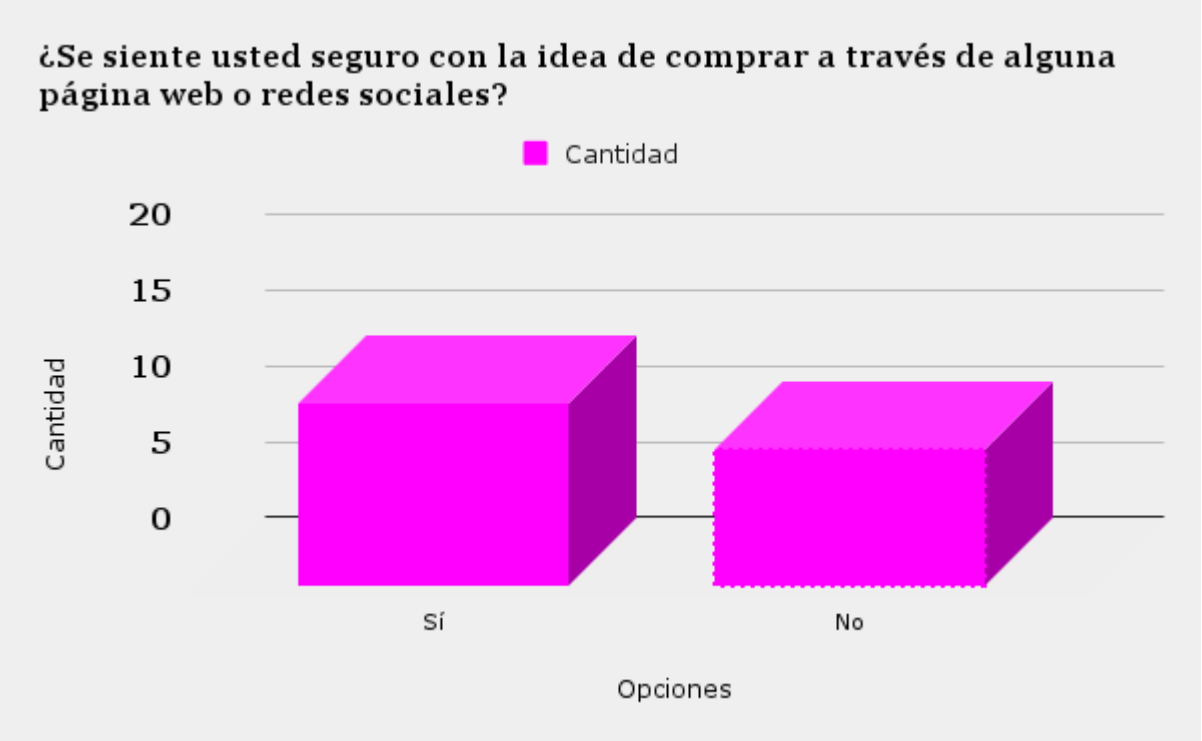

Si usted reside fuera de la ciudad de Pereira, ¿Quisiera tener sucursales de nuestra marca en su lugar de residencia?
Cantidad
20
15
10
5
0
Cantidad
Sí
No
No aplica (se encuentra dentro de la ciudad de Pereira)
Opciones

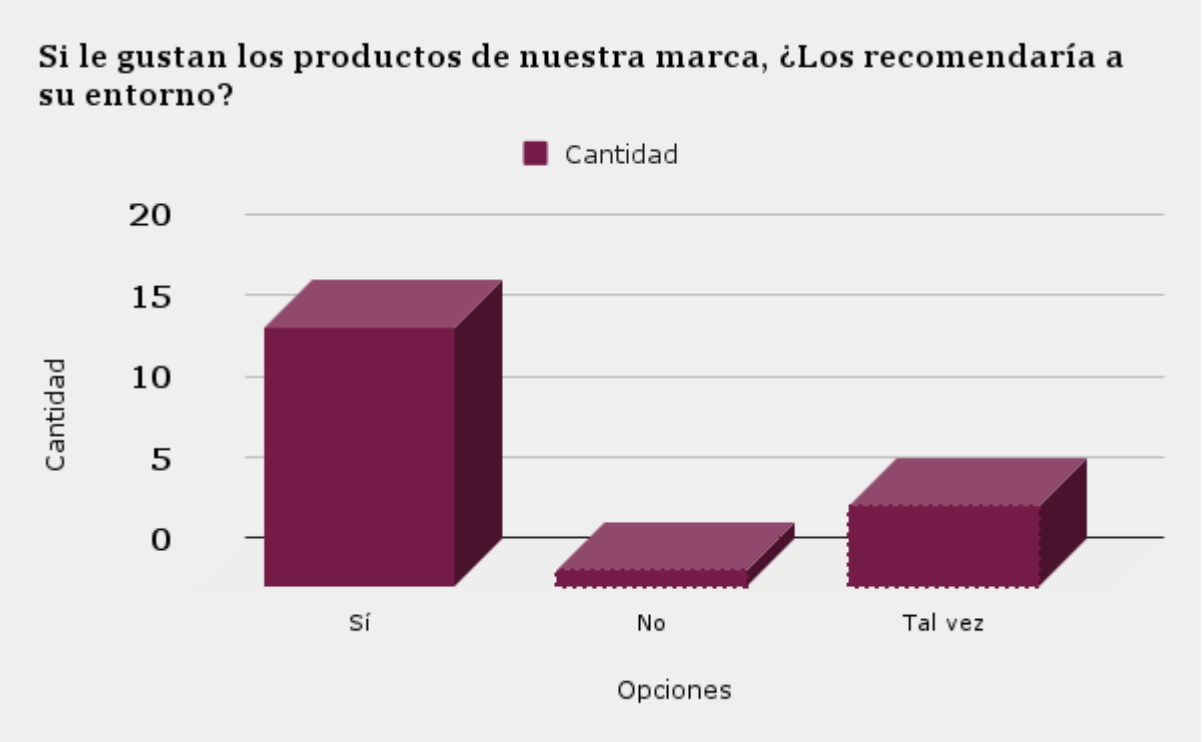
Si su respuesta a la anterior pregunta fue de un Sí, quisiéramos saber si se encuentra:



Los precios de nuestros productos rondarán desde los COP 5.000 (1.26 dólares) y los COP 45.600 (11.51 dólares), ¿Le parece un







Conclusiones:

1. Viendo los resultados de esta pregunta, los cuales fueron mayoritariamente positivos (en el cual la mayoría **SÍ** tiene un conocimiento) se podrían dar tips que ayuden a reforzar esos conocimiento y a los clientes que no poseen de estos se les podría

enseñar y ayudar para que tengan un buen cuidado de la piel y un adecuado uso de nuestros productos.

2. Teniendo en cuenta que a la mayoría de nuestros clientes les agrada el hecho de que nuestros productos sean en su mayoría de origen natural se mantendrían las recetas y fórmulas tal cual están, y podríamos ofrecer en un futuro charlas/conferencias, etc. para aquellas a las cuales no les convence que estos productos sean de origen natural, dándoles los beneficios a comparación de productos provenientes de elementos químicos.
3. Estas respuestas nos ayudan a ver cuál es la finalidad que tienen nuestros clientes al momento de comprar nuestra marca, por lo que para ofrecer una experiencia más en sintonía con lo que busca cada cliente recomendarles y hacer combos que vayan con los resultados que busca cada persona.
4. Con esto nos damos cuenta los caminos que podemos tomar para crear una relación de fidelidad y confianza con nuestros clientes, mediante una interacción más personal con estos.
5. Estos resultados nos ayudan a mejorar el aspecto de a qué sectores encaminar nuestro marketing, para recibir con esto la mejor retribución posible, con la finalidad de que más personas conozcan nuestra marca y se familiaricen con esta.
6. Teniendo en mente las respuestas dadas nos da mayor claridad de dónde se encuentran localizados los clientes y para darnos una idea de si sería una buena estrategia expandirse al comercio interdepartamental e internacional.
7. Esta pregunta nos ayuda a complementar la información obtenida con la pregunta anterior.
8. En esta pregunta las respuestas nos dan una mayor visión acerca de lo que opinan las personas acerca de una brecha de precios y presupuesto, con esto podremos saber si los precios que manejamos en nuestra empresa son los adecuados para los productos, materiales, calidad y servicio que ofrecemos.
9. Esto nos trae a la mesa el poder ofrecer mayores garantías a las compras realizadas a través de redes sociales o página web, ára que así nuestro clientes tengan la certeza de que no serán estafados y que los productos llegarán de manera adecuada en tiempo y forma (y si se da el caso de que los productos no llegasen a su destinatario ofrecer soluciones, ya sea haciendo una devolución del dinero o un nuevo envío completamente gratis).
10. De estas respuestas nos aseguramos de que si gustan los productos tendremos un “marketing no pagado” por parte de nuestros clientes, los

cuales recomendarían nuestro productos, haciendo que estos lleguen a más y más gente de manera orgánica.