

Resumen Ejecutivo

EcoPads es un microemprendimiento que ofrece un producto orientado al cuidado del medio ambiente sin la necesidad de cambiar la utilidad de su producto original.

Como misión se tiene la concientización sobre la implementación del hábito del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, además, mostrar una mirada más ecológica de artículos que uno utiliza en su vida cotidiana.



Descripción del Negocio

Nuestro negocio se basa principalmente en la búsqueda del triple impacto en el mundo y como este aporta de forma positiva en el ambiente y en las costumbres de la sociedad. La fecha de inicio de ventas del producto ronda por el mes de agosto buscando la forma de hacer ventas seguras por internet para que luego al comprador le llegue su pedido en condiciones. Sin embargo, los accionistas internos (quienes son los propietarios del emprendimiento) trabajaremos para lanzar este producto cuanto antes a la venta presencial, manejándonos en un mercado local de escasa competencia, teniendo como uno de los objetivos buscar un rápido posicionamiento en lo alto del mercado ofreciendo un producto completo y confiable en todas sus características.

Producto y Servicio

Nuestra empresa, EcoPads, venderá discos desmaquillantes hechos de tela. Son reutilizables y tienen un ciclo de vida de 1000 usos cada uno. Este producto está ideado para reemplazar el algodón que se emplea con fines cosméticos y reducir el impacto ambiental de la gran cantidad de desechos generados por el uso de este. Estos discos son aptos para pieles sensibles y son igual de eficaces que el algodón sin generar una enorme cantidad de residuos.

Objetivos

Las EcoPads tienen como objetivo dejar de usar algodón, ya que el algodón termina en los mares y contamina. Nosotros queremos mejorar el medio ambiente ya que nuestro producto se hace con tela y es reutilizable. También mejorar la economía ya que si compras una te dura 1000 usos y es para todo tipo de piel.

Declaración de objetivos

- Disponer de una cartera de clientes a través de. Nuestras redes sociales
- Conseguir inversores que quieran participar de nuestro proyecto

Claves para el éxito

La clave fundamental para el éxito es el valor agregado y el correcto tratamiento de las necesidades de nuestros clientes.

Otra es manejar bien nuestras redes sociales, para llegar a más personas.

Y el asesoramiento de nuestro producto, para que sirva y cuáles son sus objetivos.

La Empresa

La Actividad Principal de la Empresa

Nuestra empresa participa en el rubro de la higiene personal, a través de un novedoso producto hecho con microfibra, el cual funciona como una toallita desmaquillante, la cual es reutilizable y reciclable. Nuestro objetivo se conforma por la venta de 250 unidades, nuestra promesa de empresa tiene un buen soporte, al ser parte de una organización de jóvenes emprendedores de toda Latinoamérica llamada, Junior Achievement, la cual incentiva a muchos jóvenes entusiastas a crear emprendimientos que cambien el mundo, brindando ideas que realmente lo están haciendo un lugar mejor.

Los dueños de la empresa

Los dueños de la empresa son los accionistas internos, es decir, las personas quienes contribuyeron a la creación del emprendimiento, cuyas funciones son la toma de decisiones empresariales.

Mientras tanto el gerente general, el vicedirector general y los directores de sus respectivas áreas toman las decisiones internas y designan las tareas, en fin, se encargan de la cadena de mando.

El Target del negocio

Nuestro objetivo como empresa es llegar a vender 250 unidades de nuestro producto, los cuales serán comercializados durante 5 meses, con ventas medidas en el transcurso de las semanas, de manera controlada

Siendo nuestros principales targets, personas de todas las edades, las quienes quieran realizar un pequeño impacto en el ambiente a través de la compra de un producto reutilizable con unos 1000 usos en cambio del algodón a veces utilizado el cual es descartable

Producto

El producto y el Mercado

El mercado está cambiando, la demanda está cambiando, y con ello los productos cambian. Por eso nosotros presentamos un producto que satisface las demandas del nuevo consumidor que busca como cambiar el mundo con una sola compra, de aquí surge el mercado ecológico, en el que nosotros participamos. Nuestro producto está hecho de

un material amigable con el medioambiente, el cual se produce sin consecuencias en la atmosfera, y en su producto final actúa como reemplazo a objetos de limpieza facial de UN USO, tales como algodón,, toallas desmaquillantes descartables, toallas húmedas, etc. Nuestro producto tiene una vida útil que alcanza los 1000 usos, limpieza rápida y eficaz, a través del lavado en lavarropa. Esto lo hace una iniciativa hacia el uso de cosméticos y productos de higiene ecofriendly's. Nuestro producto puede parecer de insignificante impacto ambiental, pero su adquisición es la puerta hacia un mundo más eco amigable.

Competencia en el Mercado.

EcoPads es una de las pocas vendedoras de estos productos. Teniendo como competencia a vendedores minoristas quienes comparten una idea similar a la nuestra, la cual se basa en compartir la idea de un mundo mejor, el cual se logra a través del CAMBIO. El único rasgo destacable de nuestra competencia, es que se patrocina e interactúa a través de plataformas digitales, tales como Mercado Libre, las cuales les brindan poder de difusión, el cual no los hace sobresalir sobre nosotros, ya que compartimos el mismo poder de difusión a través de las redes sociales más grandes del mundo, como Instagram y Facebook. Lo que nos hace sobresalir es que nosotros buscamos el bien ambiental antes que la ventaja económica, ya que compartimos la ideología de que aunque tengamos mucho dinero, si no tenemos un planeta donde gastarlo va a ser inservible. Así es que los invitamos a integrar esta empresa grandiosa, la cual va a aportar su granito de arena al mundo.

El Mercado

El mercado al que apuntamos en pequeño, nos centramos en Buenos Aires por el momento, pero nos gustaría generar y llegar a tener un gran impacto en otras provincias y hasta en todo el país. Actualmente tenemos la idea de comercializar el producto por plataformas de venta online, pero nos complacería poder presentarlo físicamente en un futuro.

Información General

El producto está dirigido a personas de todas las edades, aquellos que usen maquillajes, y estén interesados en el cuidado en el planeta y quieran practicidad, invirtiendo su dinero en una buena compra. Es un producto a largo plazo.

Tendencias y tamaño del mercado

La tendencia de este mercado depende mucho también del crecimiento y la necesidad de incorporar estrategias respecto a los precios y la discontinuación cuando esto disminuye. Siempre reintegrando siempre nuevas ideas para que el crecimiento de las ventas sea rentable y estable.

La Competencia

No tenemos competencias puntuales, ya que hay muchos revendedores en plataformas online y muy pocos fabricantes, por lo tanto, tienen un precio elevado al que estamos buscando venderlos. El mercado es más bien local y no hay mayoristas, tampoco nombres conocidos. Ninguno predomina. Llegamos a un público muy amplio en redes sociales y eso nos distingue.

Perfil del Cliente

Buscamos que nuestros clientes comprendan y se interesen en la importancia principal del producto, que es lo ecológico. También que sepan utilizar su dinero y no compren lo primero bonito. Que nos sean fieles como empresa y nos recomienden a sus conocidos. Que logren ver la practicidad de nuestro producto y tomen la compra como especial, sintiéndose bien con ellos mismos, por ayudar y aportar su granito de arena en el planeta. Nuestro proyecto es para crecer y aprender a emprender, por lo que nos apoyarían y serían más comprensivos.

Plan y Estrategia de Marketing.

Para impulsar el producto vamos a hacer un estudio de Mercado, averiguar para quien es dirigido el producto, cómo ayuda a las personas o porque tendrían que elegirlo. Elaboramos un proceso de planificación, para evitar gastos y pérdidas de tiempo, dinero y credibilidad frente a una competencia.

Investigamos hábitos, preferencias e intereses de nuestra audiencia.

Creamos un plan de lanzamiento y una promoción correcta del producto.

Planificamos los objetivos y la estrategia, de qué manera conocerán nuestro producto, cómo será la comunicación, la promoción, etc.

Determinamos bien el presupuesto, que dinero se gastará, a partir de las inversiones iniciales.

Pensamos un ciclo de venta del producto.

Planeamos utilizar una comunicación eficaz a nuestro favor.

Empezaríamos con la plataforma de Instagram que tiene costo "cero", explicando las ventajas y características del producto, cómo utilizarlo, fecha de lanzamiento y cómo será comercializado y entregado.

Los costos de producto:

\$ 75 costo +

\$ 50 (40 % de ganancia) +

\$ 15 valor agregado 1 (packaging)

\$ 10 valor agregado 2 (etiqueta)

Valor final aproximado a la venta \$150

Los Objetivos de Marketing

- Principales objetivos de marketing.

Como departamento de marketing tenemos entre nuestros principales objetivos tener el mayor alcance posible mediante las redes sociales, publicidades y generando un interés hacia el producto por parte del público. Nuestro target principal son personas que se maquillan y/o utilizan cremas o productos de estética que necesitan ser aplicados o removidos con ayuda de lo que normalmente sería un algodón, pero ofreciendo una solución ecológica y económica. Estos potenciales consumidores serían residentes de Buenos Aires y alrededores, jóvenes y adultos de ambos sexos que manejen las redes sociales, y que poseen los niveles económicos medio y alto. Se estima una cantidad de 5 a 10 pads vendidos por semana. En cuanto a porcentaje, no hay mucha competencia por lo que creemos que tendremos una buena porción del mercado. También tenemos como objetivo tener un buen posicionamiento del producto, satisfaciendo las necesidades del cliente y teniendo en cuenta que nos diferencia de otras empresas, para así poder destacar y ser elegidos por sobre las demás.

Estrategias de Marketing.

1. El mercado al que se apunta y su segmentación. Argentina, Buenos Aires, público jóvenes y adultos ambos sexos, clase social media y alta.
2. Estrategia de distribución. Envíos realizados por correspondencia a través de "Beats" ¿Qué son los Beats? Son similares a un Uber pero que puede ser utilizado para envíos. Por lo tanto, es seguro, ya que obtenemos los datos del conductor y demás para la seguridad tanto del emprendimiento como del cliente. Nos ampliaremos a otros métodos de distribución en caso de ser posible.
3. La política de precios. (Contestado más adelante)
4. Publicidad y propaganda. Redes sociales de la empresa: Instagram, Facebook.
Anuncios pagos: en redes sociales, páginas web, revistas, diarios.
5. Alianzas estratégicas. Alianzas de intercambio de promoción: influencers de redes sociales, otros emprendimientos pequeños.
6. Cómo dirigirse a los competidores. Nos dirigimos a la competencia como un producto innovador y eficaz para reemplazar el uso no ecológico de los algodones y toallas

desmaquillantes descartables con un solo uso. Una sola unidad de nuestro producto tiene la utilidad de 1000 usos, gastando aproximadamente \$120, mientras que los algodones (para tener 1000 usos) precisan de 12 paquetes gastando \$1080 promedio. Este producto se adapta a las necesidades y preferencias de la sociedad actual, ya que no solo puede ser utilizado para desmaquillarse, sino también para la aplicación de cremas, lociones, etc. De esta manera, generamos que nuestro producto se destaque en el mercado por medios como las redes sociales que van a hacer una diferencia en el mismo.

La estructura organizacional de Marketing.



Fortalezas y Debilidades (FODA).

Fortalezas Debilidades

Tecnología El desempeño en tecnología es alto y el equipo cuenta con un amplio conocimiento sobre el manejo de la web, así como facilidad para establecer relaciones virtuales ya sea con proveedores o clientes. Nos manejamos a través de dispositivos móviles y fijos. La comunicación dentro del equipo es limitada por la tecnología debido al contexto.

Marketing La distribución del producto eventualmente a causa de la situación de pandemia se dará mediante envíos, se estima que si en un futuro existe la posibilidad se dará la venta presencial. La imagen de producto está relacionada con la conservación de la naturaleza y la promoción de la salud alimentaria, la ecología y el reciclaje. No se puede desarrollar la venta presencial momentáneamente.

Financiera Como recurso financiero se estima contar con un capital conformado por acciones compradas por los accionistas internos de la empresa, así como inversiones de terceros, por el momento. El valor del producto es moderado pero debido a factores externos podría aumentar con el tiempo lo que reduciría la demanda.

Corporativa La empresa es un emprendimiento pequeño (Mini empresa) conformada por 29 personas que serían a la vez sus accionistas internos. Contamos con 6 directores: el Director General, la vicedirectora y 4 directores (uno por área). Esta característica permite una organización más dinámica. El número de accionistas internos es reducido por lo cual podría no ser suficiente para saldar los gastos de la empresa.

El Target del Mercado y su Segmentación

- La segmentación del mercado a la que apuntamos va a ser personas jóvenes y adultas de ambos sexos con interés en consumir productos de cuidado e higiene personal. También serán personas interesadas en la ecología y en reducir el impacto en el medio ambiente.
- Apuntamos a formar parte del mercado regional, de consumo y de venta minorista.

Estrategias de Distribución

Proyectamos por el momento ventas por menor, y correspondencia directa debido a la situación global. En este momento existen numerosas limitaciones para la distribución comercial por ende los canales elegidos son las mejores opciones de venta en este contexto. Es sabido que a nivel nacional en este momento el público consumidor está orientado al mercado virtual y los envíos.

Políticas de Precios

Promoción y Publicidad

La principal promoción y publicidad del producto se desarrollará mediante las redes sociales, inicialmente Instagram y Facebook. A un segundo plano, proyectamos anuncios pagos en páginas web y medios físicos como diarios y revistas. También existe la posibilidad de formar alianzas promocionales con Influencers de redes sociales y con otros emprendimientos pequeños, así como colocar anuncios en Google. Haremos videos de publicidad

Alianzas de promoción.

Se evaluó la posibilidad de formar alianzas promocionales con Influencers de redes sociales y con otros emprendimientos pequeños

El Presupuesto de Marketing.

El presupuesto de Marketing se calculará una vez iniciada la actividad comercial y asignada los sueldos de directores y empleados.

Plan Operativo

Principal Proveedor:

- Just.ecostore: Es una empresa argentina de financiación privada. Está enfocada en la producción de productos naturales, artesanales, ecológicos y libres de crueldad animal. Su especial son los productos relacionados con la cosmética y a nosotros nos proporcionan Pads Desmaquillantes Reutilizables.
- Pads Desmaquillantes Reutilizables: son discos artesanales de microfibra y cuidan al medio ambiente y a tu economía, ya que, reemplazan al algodón y al plástico. Tienen 1000 usos, son suaves para la piel (evitando irritaciones en piel sensible), remueven perfectamente el maquillaje y cuentan con diversos diseños.

7. Esta organización es una estructura formal, es decir somos una organización jerárquica ya que, está dirigida por el director general Facundo Ftune, La empresa aporta un producto que pueda ayudar a las personas y al medio ambiente por igual, sin generar contaminación, apoyar a la economía local y que pueda ser totalmente accesible al público que desee adquirir al producto.

Esta organización se separa en 5 áreas, las cuales son: Marketing, Finanzas, RRHH producción, Director General.

El área de marketing se encarga de manejar y coordinar Las estrategias de ventas y también posicionar y publicitar el producto en las redes sociales para poder incrementar las ventas y los ingresos.

El área de finanzas Se encarga de añadirle un precio al producto, también administrar el dinero y el capital obtenido, se realizar controles en la evolución y desarrollo.

RR.HH.: se encarga de ayudar a las necesidades de los empleados, de comunicar el avance del producto.

Producción: se encarga de la creación del producto, de contactar a los productores, revisar que todos los insumos o recursos estén en buen estado y así que llegue el producto final en un buen estado.

Director general: es la persona con mayor responsabilidad en el proyecto, también supervisa el desempeño de los empleados, se encarga que todas las actividades se realicen de manera eficiente.

Plan financiero

Nosotros creemos necesitar un presupuesto aproximado a \$18.000, contando todos los gastos agregados del producto (salarios, envíos, packaging, etc.). Utilizaríamos este presupuesto para la compra de 200 discos desmaquillantes, las cuales tendrían un valor aproximado de \$75 por unidad. Alcanzaríamos este presupuesto mediante la venta de acciones (30 internas y 30 externas) de un valor aproximado a \$300 con lo que nos sobraría capital para resolver cualquier imprevisto que tenga la compañía (\$3.000). El precio por unidad de los discos es de \$150, y los discos se venderían en packs de 3 a \$350, con una utilidad de \$75 pesos por pack. Los gastos

incidentes sobre las bases son de aproximadamente \$ 15, con lo cual la utilidad final sería de \$ 50 por disco (un 25 %)

Haríamos el repago de las acciones externas primero, cuando logremos vender 60 discos, y luego repagaríamos las acciones internas al vender la misma cantidad, por lo tanto, necesitaríamos vender 120 unidades. Creemos que el proyecto tendrá una buena rentabilidad, ya que podremos solventar los gastos del producto y ganar hasta un 80 % sobre el costo de la mercadería.

Comenzamos con un presupuesto de 19.300 pesos y finalizaremos con un capital de \$30.000 con el cual llegaríamos a tener como ganancia bruta 10.700, por lo tanto, el valor final de la acción final aumentaría un 60%, con lo que quedaría con un valor de \$475. Como todo emprendimiento tiene riesgos, pero tenemos la disposición y el deseo de reducirlos para generar la confianza necesaria a nuestros accionistas.

PROYECCION FINANCIERA PARA EL PLAN DE NEGOCIOS

Costos Fijos:

Estudiantes: 29

Reuniones: 16

Sueldo Director General: \$80

Sueldos Directores: \$224

Salarios: \$960

Total Sueldos y Salarios: \$1.264

Total Costos Fijos: \$1.264

Costo Variable Unitario:

Costos insumos por unidad producida: \$0 (más porcentaje de envío)

Comisión por venta: \$0

Costos asociados a cobranza de producto unitario: \$0

Costos asociados a distribución y entrega unitaria: \$0

Costo variable unitario: \$75

Precio:

Precio: \$150

Punto de equilibrio:

Costos fijos: \$1.264,00

Contribución Marginal Unitaria (CMU): \$75

Unidades: 16,9

Capitalización:

Total Capital Inicial (PE): \$18.000

Acción Interna: 30

Acción Externa: 30

Valor Acción Interna: \$300

Valor Acción Externa: \$300

Costo variable: \$15.000