

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N°

4

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA:

Repelentes Caseros “BioAura”

INTEGRANTES:

- | | |
|---------------------------------|-----------|
| • Litzzy Burgos Vásquez | 224049291 |
| • Alina Basilio Villarroel | 224048971 |
| • Carla Andrea Medina Gonzales | 224056727 |
| • Balquiria Montaña Reque | 224036203 |
| • Mayer Angela Ramirez Zambrana | 223162159 |

DOCENTE GUÍA:

Lic. Rosa Lía Arandia Orellana

ORGANIZA:



APOYAN:



Resumen Ejecutivo

BioAura es un emprendimiento enfocado en la elaboración y comercialización de repelentes naturales a base de citronela, creado con el propósito de ofrecer una alternativa segura, efectiva y amigable con el medio ambiente para la protección contra mosquitos e insectos. La idea surge ante la creciente necesidad de contar con productos que brinden protección sin recurrir al uso excesivo de sustancias químicas que puedan afectar la salud de las personas o generar impactos negativos en el entorno.

El producto está dirigido a personas de todas las edades, desde niños hasta adultos mayores, así como a familias, estudiantes, trabajadores y personas que realizan actividades al aire libre. Gracias a su fórmula a base de citronela, BioAura ofrece una protección efectiva acompañada de un aroma agradable y fresco, diferenciándose de muchos repelentes convencionales que suelen presentar olores fuertes y una mayor concentración de componentes químicos.

Una de las principales características del producto es su presentación práctica y compacta, diseñada para ser transportada fácilmente en mochilas, bolsos, carteras o equipajes de viaje. Esto permite que los usuarios puedan llevar el repelente consigo en cualquier momento y utilizarlo en parques, ferias, eventos, paseos, actividades deportivas, viajes o cualquier espacio donde exista presencia de mosquitos.

El mercado objetivo de BioAura está compuesto principalmente por consumidores finales que buscan una opción natural y accesible para protegerse de los insectos, así como por espacios al aire libre, parques, áreas recreativas, ferias y eventos donde se requiere brindar comodidad y bienestar a las personas. La propuesta de valor del emprendimiento se centra en la calidad de los ingredientes naturales, la accesibilidad del precio, el cuidado de la salud y el compromiso con la protección del medio ambiente.

En el análisis competitivo se identificaron productos reconocidos, aunque estos cuentan con presencia en el mercado y ofrecen una protección efectiva, BioAura presenta ventajas competitivas importantes, como el uso de ingredientes naturales, un aroma más agradable, menor impacto ambiental, una presentación fácil de transportar y una atención personalizada al cliente.

Estas características permiten que la marca se diferencie y responda a las nuevas tendencias de consumo orientadas hacia productos más saludables y ecológicos.

La estrategia de comercialización estará basada principalmente en la promoción y venta a través de redes sociales, complementadas con entregas directas a domicilio y participación en ferias, exposiciones y eventos comunitarios. Asimismo, se utilizarán campañas publicitarias digitales, promociones especiales y recomendaciones de clientes para fortalecer el posicionamiento de la marca y generar confianza en los consumidores.

A mediano plazo, BioAura busca consolidarse como una marca reconocida en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra por la calidad y efectividad de sus productos, logrando una participación creciente en el mercado de repelentes naturales.

Índice

Introducción.....	5
Nombre de la Idea de Negocio.....	5
Nombre Comercial.....	5
Planteamiento Estratégico.....	6
Misión.....	6
Visión.....	6
Objetivo del Negocio.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Descripción del Negocio.....	7
Estudio de Mercado.....	8
Segmento de Mercado.....	8
Análisis de la competencia.....	8
Factor diferenciador del producto ante la competencia.....	10
Estrategias.....	11
Estrategia de Precios.....	11
Estrategia de Distribución.....	11
Estrategia de Comunicación.....	12
Análisis Económico.....	13
Estados Financieros.....	14
Balance Inicial.....	14
Estado de Resultados.....	15

Punto de Equilibrio.....	16
Análisis F.O.D.A.....	17
Análisis de Riesgo.....	18
Riesgo Financiero.....	18
Riesgo Operativo.....	18
Riesgo Comercial.....	19
Riesgo Tecnológico.....	19
Estudio Jurídico y Legal.....	20
Tipo de Empresa.....	20
Forma Jurídica.....	20
Requisitos Legales.....	20
Registros Necesarios.....	21
Obligaciones Tributarias.....	21
Impacto del Negocio.....	21
Impacto Económico.....	21
Impacto Social.....	21
Impacto Ambiental.....	22
Generación de Empleo.....	22
Innovación.....	22
Conclusión.....	22
Recomendaciones.....	23
Anexos.....	24

Plan de Negocio

“BioAura”

Introducción

En la actualidad, la protección contra los mosquitos se ha convertido en una necesidad para muchas personas, especialmente en regiones donde estos insectos son frecuentes y pueden afectar la salud y el bienestar de la población. Ante esta situación, surge la oportunidad de desarrollar productos que brinden protección efectiva y que, al mismo tiempo, sean seguros para las personas y respetuosos con el medio ambiente.

El presente informe tiene como finalidad presentar el proyecto de emprendimiento BioAura, dedicado a la elaboración y comercialización de un repelente natural a base de citronela. Este producto ha sido diseñado como una alternativa a los repelentes convencionales, ofreciendo una opción práctica, accesible y de fácil transporte, ideal para llevar en mochilas, bolsos o carteras y utilizar en cualquier momento y lugar.

A lo largo de este trabajo se desarrollan los aspectos fundamentales del negocio, incluyendo el planteamiento estratégico, el estudio de mercado, el análisis de la competencia, las estrategias de comercialización y los factores diferenciadores que permiten a BioAura destacarse en el mercado. Con este emprendimiento se busca satisfacer las necesidades de los consumidores mediante un producto natural y de calidad que contribuya al cuidado de la salud, la comodidad de las personas y la protección del medio ambiente.

Nombre de la Idea de Negocio

Elaboración y comercialización de repelente casero a base de citronela para proteger a las personas de los mosquitos de manera natural, segura y económica.

Nombre Comercial

BioAura

“Energía natural que te protege”

Planteamiento Estratégico

Misión

Brindar a las personas una alternativa natural, segura y efectiva para la protección contra mosquitos mediante la elaboración de repelentes a base de aceite de citronela. En BioAura nos enfocamos en ofrecer productos de calidad, accesibles y amigables con el medio ambiente, pensando en el bienestar y cuidado de personas de todas las edades. Nuestro compromiso es satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de un producto práctico, con aroma agradable y elaborado con ingredientes naturales, promoviendo al mismo tiempo el cuidado de la salud y del entorno.

Visión

Ser un emprendimiento líder y reconocido en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra por la elaboración y comercialización de repelentes naturales innovadores y de alta calidad. BioAura busca expandirse y posicionarse como una marca confiable, destacada por su compromiso con la salud, el cuidado ambiental y la satisfacción de sus clientes. Aspiramos a crecer constantemente, incorporando nuevas presentaciones y productos naturales que contribuyan al bienestar de las familias y espacios al aire libre.

Objetivo del Negocio

Objetivo General

Desarrollar y comercializar repelentes naturales a base de citronela bajo la marca BioAura, ofreciendo una alternativa segura, efectiva y amigable con el medio ambiente para la protección contra mosquitos y de fácil manejo, satisfaciendo las necesidades de personas de todas las edades.

Objetivos Específicos

- Elaborar productos de calidad utilizando ingredientes naturales y seguros para la salud.
- Ofrecer repelentes accesibles para diferentes tipos de consumidores y espacios al aire libre.
- Promover el cuidado del medio ambiente mediante el uso de productos con menor cantidad de químicos.

- Dar a conocer la marca BioAura a través de redes sociales y estrategias de publicidad.
- Brindar una buena atención al cliente para generar confianza y fidelidad en los consumidores.
- Incrementar las ventas y posicionar el emprendimiento en el mercado local.

Descripción del Negocio

Durante las temporadas de lluvia, la proliferación de mosquitos se convierte en un problema significativo, aumentando el riesgo de enfermedades como el dengue, zika, chikungunya y las opciones disponibles en el mercado para repeler estos insectos están dominadas por productos químicos, cuyo olor puede ser desagradable y, a menudo, tóxico, representando un riesgo adicional para la salud y el bienestar de las personas.

La idea de este emprendimiento surge de la identificación de una necesidad en el mercado, ya que se pudo analizar que se carece de productos que combinen protección contra insectos y ambientes agradables de forma natural, de tal manera vimos la oportunidad de crear un producto que marque la diferencia, es así como surge el producto de repelentes naturales a base de citronela.

Nuestro repelente natural está diseñado para ofrecer una experiencia única y beneficiosa a nuestros clientes. Actúa como un eficaz repelente de mosquitos, proporcionando una protección adicional en el hogar o al aire libre. A diferencia de los repelentes tradicionales, nuestro producto es completamente seguro para la piel.

BioAura es un innovador repelente ecológico elaborado 100% con ingredientes vegetales, libre de químicos y sustancias artificiales. Su fórmula exclusiva utiliza la potencia de la citronela para ofrecer una barrera efectiva y duradera contra mosquitos y otros insectos, cuidando la piel y el medio ambiente. Su presentación práctica y compacta permite llevarlo fácilmente en mochilas, bolsos o carteras, siendo ideal para el uso diario, viajes, paseos, parques, ferias y actividades al aire libre.

La citronela ayuda a repeler los mosquitos porque contiene aceites esenciales naturales, principalmente citronelal, geraniol y citronelol, que emiten un aroma intenso capaz de interferir con la capacidad de los mosquitos para detectar a las personas. Estos insectos se orientan por sustancias presentes en el sudor, el dióxido de carbono y el olor corporal; sin embargo, el aroma

de la citronela enmascara esos olores y dificulta que los mosquitos localicen a sus posibles víctimas. Por esta razón, la citronela es considerada uno de los repelentes naturales más efectivos y utilizados contra los mosquitos.

Estudio de Mercado

El mercado está conformado por personas que buscan protegerse de los mosquitos y otros insectos de manera natural, económica y segura mediante el uso de repelentes caseros a base de citronela.

Segmento de Mercado

Nº	Segmento	Perfil del Segmento
1	Consumidor Final	Personas de cualquier edad, desde niños hasta adultos mayores, que vivan en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra y busquen protegerse de los mosquitos mediante un producto natural, seguro y económico para el hogar o actividades al aire libre.
2	Negocios y espacios al aire libre	Parques, áreas recreativas, canchas, quintas, ferias y eventos al aire libre en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra que necesiten proteger a las personas de los insectos utilizando productos naturales y aromáticos.

Análisis de la Competencia

Criterio de evaluación	OFF Crema 60G	Fexon Aerosol	Tyson Gel Kids 50G	BioAura
Precio	Bs 25,80 Precio elevado debido al reconocimiento de la marca.	Bs 52,80 Precio medio y accesible.	Bs 20,50 Precio medio.	Precio accesible para todo tipo de consumidores.

Tipo de producto	Repelente en crema de aplicación directa sobre la piel.	Repelente en aerosol de rápida aplicación.	Repelente en gel con textura ligera.	Repelente natural a base de citronela en presentación práctica tipo spray o líquido.
Ingredientes	Principalmente químicos.	Contiene componentes químicos fuertes.	Mezcla de ingredientes químicos y algunos componentes suaves.	Elaborado con ingredientes naturales y citronela.
Aroma	Olor fuerte característico a químicos.	Aroma intenso y penetrante.	Aroma más suave.	Aroma fresco, natural y agradable.
Seguridad para niños y personas sensibles	Puede causar irritación en pieles sensibles.	Debe usarse con cuidado por sus componentes químicos.	Menor irritación, pero no totalmente natural.	Seguro para personas de cualquier edad, incluyendo niños.
Duración de protección	Protección prolongada.	Protección prolongada y rápida acción.	Duración media.	Protección efectiva con menor exposición a químicos.
Impacto ambiental	Mayor impacto por uso de químicos.	Alto impacto ambiental por aerosol y químicos.	Impacto medio.	Producto amigable con el medio ambiente.
Facilidad de uso	Requiere aplicación manual.	Aplicación rápida en spray.	Fácil de aplicar.	Aplicación sencilla y práctica.

Atención al cliente	Atención comercial general.	Atención comercial general.	Atención limitada.	Atención personalizada y cercana al cliente.
Ventas y promoción	Presencia en supermercados y farmacias.	Distribución en tiendas y farmacias.	Presencia limitada en algunos comercios.	Venta mediante redes sociales y entregas directas.
Diferenciación	Marca reconocida en el mercado.	Rapidez de aplicación.	Presentación en gel.	Producto natural, ecológico y con aroma agradable.
Desventajas	Puede irritar la piel y tiene olor fuerte.	Contiene químicos fuertes y aerosol contaminante.	Menor duración del efecto.	Marca nueva en crecimiento dentro del mercado.

Factor diferenciador del producto ante la competencia:

BioAura se diferencia de la competencia por ofrecer un repelente natural a base de citronela que combina protección efectiva contra los mosquitos con el cuidado de la salud y del medio ambiente. A diferencia de otros repelentes comerciales que contienen altos niveles de químicos y aromas fuertes, BioAura utiliza ingredientes naturales que brindan un aroma agradable y una experiencia más cómoda para el usuario.

Además, el producto está pensado para personas de cualquier edad, incluyendo niños, convirtiéndose en una opción más segura para el uso familiar. Otro aspecto diferenciador es su enfoque ecológico y accesible, ya que busca reducir el impacto ambiental y ofrecer precios económicos para los consumidores en un tamaño práctico del producto.

BioAura también destaca por su atención personalizada, la venta mediante redes sociales y entregas directas, permitiendo una relación más cercana con los clientes y una mayor confianza en la marca.

Estrategias

- **Estrategia de Precios:**

Costo de cada Producto (40 ml):

30 ml de agua destilada	Bs 0,39
8 ml de alcohol 70%	Bs 0,174
2 ml de aceite de citronela	Bs 1,726
1 frasco	Bs 3,17
1 etiqueta	Bs 1
Costos fijos por producto	<u>Bs 0,83</u>
Costo total	Bs 7,29

Margen deseado:

79% del costo	<u>Bs 5,76</u>
Ventas Netas	Bs 13,05

Impuesto:

IVA 14,94%	<u>Bs 1,95</u>
Precio Facturado	<u>Bs 15</u>

- **Estrategia de Distribución:**

BioAura utilizará una estrategia de distribución directa, enfocándose en facilitar el acceso del producto a los consumidores mediante ventas personalizadas y canales digitales. Los repelentes serán comercializados principalmente a través de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, permitiendo mostrar el producto, recibir pedidos y mantener una comunicación cercana con los clientes.

Además, se realizarán entregas directas a domicilio y en puntos de encuentro estratégicos dentro de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, brindando comodidad y rapidez en la compra. El

producto también podrá ofrecerse en ferias, parques, eventos al aire libre y actividades recreativas, donde existe mayor necesidad de protección contra mosquitos.

La presentación compacta y práctica del repelente facilita su transporte en mochilas, bolsos o carteras, permitiendo que los consumidores puedan llevarlo fácilmente a cualquier lugar. Esta estrategia busca aumentar la visibilidad de la marca BioAura, generar confianza en los clientes y ampliar el alcance del emprendimiento en el mercado local.

- **Estrategia de Comunicación:**

BioAura utilizará diferentes estrategias de comunicación para dar a conocer sus productos y atraer clientes, enfocándose principalmente en medios digitales y promoción directa:

- Publicidad en redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp para mostrar los beneficios del producto y promocionar ofertas.
- Publicación de imágenes y videos demostrando el uso práctico del repelente en hogares y actividades al aire libre.
- Uso de contenido informativo sobre la importancia de protegerse de los mosquitos y los beneficios de los productos naturales.
- Promociones y descuentos especiales para nuevos clientes y compras por cantidad.
- Participación en ferias, parques y eventos al aire libre para presentar el producto directamente a los consumidores.
- Recomendaciones de clientes satisfechos para generar confianza y credibilidad en la marca.
- Atención rápida y personalizada mediante redes sociales y mensajería instantánea.
- Diseño de empaques atractivos y prácticos que reflejen la imagen natural y ecológica de BioAura.
- Distribución de tarjetas, folletos y material promocional en lugares estratégicos.
- Creación de contenido relacionado con el cuidado de la salud y el medio ambiente para fortalecer la identidad de la marca.

Análisis Económico

Costo Total

Costos Variables Totales (300 unid./mes):

$$300 \text{ unidades} \times \text{Bs } 6,46 = \text{Bs } 1938$$

Costos Fijos Totales:

WiFi Bs 200

Energía Eléctrica Bs 50

Total Costos Fijos Bs 250

Costo Total del Mes:

Costos Variables Bs 1938

Costos Fijos Bs 250

Costo Total Bs 2188

Gastos Operativos del mes:

Software de diseño Bs 45

Transporte para compra de insumos Bs 80

Gastos Operativos Totales Bs 125

Estados Financieros

Balance Inicial

Al 01 de diciembre de 2026

(Expresado en bolivianos)

Activo		<u>2438</u>
Activo Corriente		2438
Activo Disponible	500	
Caja M/N	500	
Activo Realizable	1938	
Inventario	1938	
Patrimonio		2438
Capital Social	2438	
Total Pasivo y Patrimonio		<u>2438</u>

Estado de Resultados

Del 01 de diciembre de 2026 al 31 de diciembre de 2026

(Expresado en bolivianos)

Ingresos		4500
Ventas	4500	
(-) Costos		(1938)
Costo de mercadería vendida	1938	<u> </u>
Utilidad Bruta		2562
(-) Gastos Operativos		(510)
Energía Eléctrica	50	
Servicios de Internet	200	
Software de diseño	45	
Transporte	80	
Impuesto a las Transacciones	135	<u> </u>
Utilidad antes de impuesto		2052
(-) Impuesto a las Utilidades		<u>(513)</u>
Utilidad Neta		<u>1539</u>

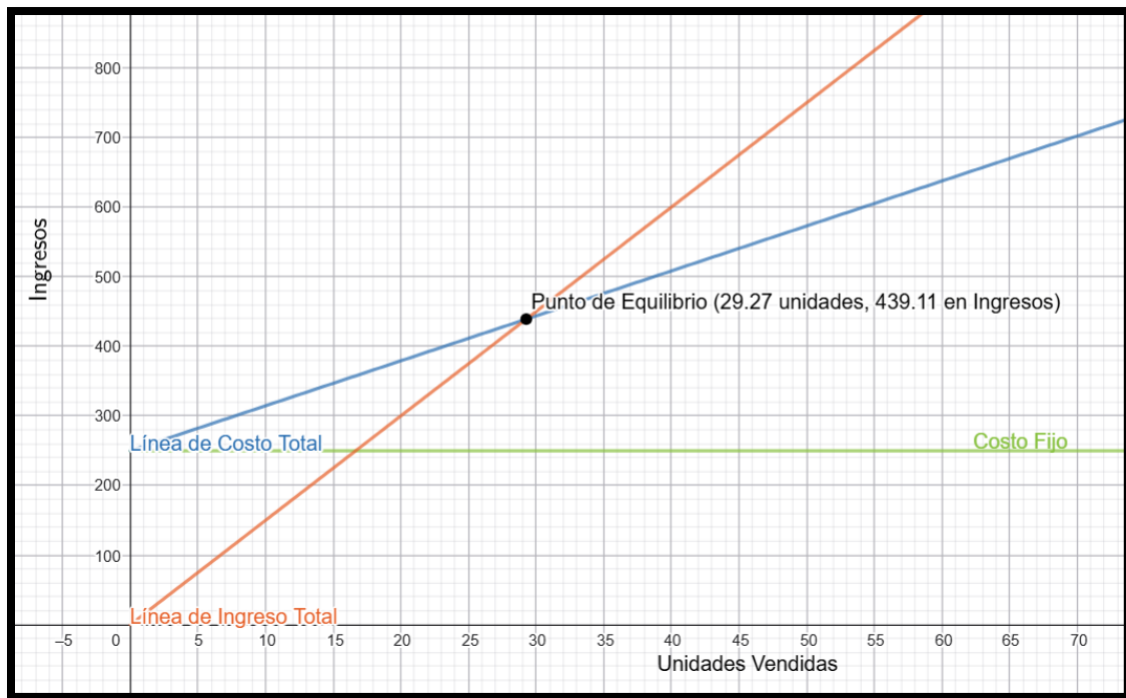
Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{250}{15 - 6,46}$$

$$PE = 29,27 \cong 29 \text{ unidades}$$

Gráfico:



ANÁLISIS FODA – BIOAURA

FORTALEZAS



Producto elaborado con ingredientes naturales a base de citronela.



Aroma agradable en comparación con los repelentes químicos.



Seguro para personas de todas las edades.



Presentación práctica y fácil de transportar en mochilas, bolsos o carteras.



Precio accesible para el mercado local.



Atención personalizada y venta directa al consumidor.

OPORTUNIDADES



Creciente interés de los consumidores por productos naturales y ecológicos.



Aumento de la demanda de repelentes debido a la presencia de mosquitos en épocas de calor y lluvia.



Posibilidad de ampliar la línea de productos naturales para el cuidado personal.



Uso de redes sociales para llegar a un mayor número de clientes con bajo costo.



Participación en ferias, eventos y actividades al aire libre para promocionar el producto.



Posibilidad de establecer alianzas con tiendas ecológicas y emprendimientos afines.

DEBILIDADES



Marca nueva con poco reconocimiento en el mercado.



Producción limitada por tratarse de un emprendimiento pequeño.



Menor presupuesto para publicidad y promoción.



Dependencia de la venta por redes sociales y canales directos.



Alcance de distribución reducido en comparación con grandes empresas.



Necesidad de generar confianza y credibilidad en los clientes.

AMENAZAS



Competencia de marcas reconocidas como OFF, Fexon y Tyson.



Aparición de nuevos competidores con productos similares.



Preferencia de algunos consumidores por marcas tradicionales ya posicionadas.



Incremento en los costos de materias primas e insumos.



Cambios en las preferencias de los consumidores o en las tendencias del mercado.



Situación económica que pueda reducir el gasto en productos de cuidado personal.

Conclusión del análisis F.O.D.A.

BioAura cuenta con fortalezas importantes relacionadas con su carácter natural, accesibilidad y practicidad, las cuales pueden aprovecharse para responder a la creciente demanda de productos ecológicos. Sin embargo, deberá trabajar en el posicionamiento de la marca y en ampliar su alcance comercial para competir con empresas ya establecidas. Aprovechando las

oportunidades del mercado y fortaleciendo su presencia en redes sociales, BioAura tiene potencial para consolidarse como una alternativa confiable y diferenciada dentro del mercado de repelentes.

Análisis de Riesgo

1. Riesgo Financiero

Descripción: Posibilidad de que los ingresos obtenidos por las ventas sean insuficientes para cubrir los costos de producción, promoción y distribución del producto.

Posibles causas:

- Bajas ventas durante los primeros meses.
- Incremento en el costo de materias primas e insumos.
- Gastos imprevistos en publicidad o transporte.

Medidas de prevención:

- Llevar un control adecuado de ingresos y gastos.
- Mantener un fondo de reserva para emergencias.
- Buscar proveedores con precios competitivos.
- Realizar promociones para aumentar las ventas.

2. Riesgo Operativo

Descripción: Problemas relacionados con la producción, almacenamiento o distribución del repelente.

Posibles causas:

- Falta de materias primas para la elaboración.
- Errores en la preparación o envasado del producto.
- Retrasos en las entregas a los clientes.

Medidas de prevención:

- Mantener un stock mínimo de materiales.
- Establecer procedimientos de producción y control de calidad.
- Planificar las entregas con anticipación.
- Capacitar a los responsables de la elaboración.

3. Riesgo Comercial

Descripción: Riesgo de no lograr la aceptación esperada del producto en el mercado o perder clientes frente a la competencia.

Posibles causas:

- Presencia de marcas reconocidas.
- Falta de conocimiento de la marca BioAura.
- Cambios en las preferencias de los consumidores.

Medidas de prevención:

- Fortalecer la publicidad en redes sociales.
- Destacar los beneficios naturales y ecológicos del producto.
- Mantener una atención personalizada al cliente.
- Realizar promociones y programas de fidelización.

4. Riesgo Tecnológico

Descripción: Problemas relacionados con el uso de herramientas tecnológicas para la promoción y venta del producto.

Posibles causas:

- Fallas en redes sociales o plataformas digitales.
- Pérdida de información de clientes.
- Dificultades para gestionar pedidos en línea.

Medidas de prevención:

- Mantener respaldos de la información importante.
- Utilizar varias plataformas de comunicación.
- Actualizar periódicamente los dispositivos y aplicaciones utilizadas.
- Llevar registros físicos o digitales de los pedidos y clientes.

Estudio Jurídico y Legal

1. Tipo de Empresa

De acuerdo con su actividad económica, BioAura es una empresa industrial manufacturera, ya que se dedica a la transformación de materias primas e insumos naturales para la elaboración de un producto terminado, en este caso un repelente natural a base de citronela. Además, realiza actividades de comercialización de sus productos al consumidor final.

2. Forma Jurídica

BioAura iniciará sus actividades bajo la modalidad de empresa unipersonal, donde una sola persona será propietaria del negocio y asumirá la administración y responsabilidad de las actividades comerciales del emprendimiento.

3. Requisitos Legales

- Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT).
- Registro de la actividad económica correspondiente.
- Licencia de Funcionamiento Municipal.
- Cumplimiento de normas de higiene y seguridad para la elaboración de productos.
- Etiquetado adecuado del producto con información para el consumidor.
- Cumplimiento de las disposiciones legales y comerciales vigentes en Bolivia.

4. Registros Necesarios

- Registro de la marca BioAura para proteger legalmente el nombre comercial (Servicio Plurinacional de Registro de Comercio SEPREC).
- Inscripción en el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).
- Tramitación de la Licencia de Funcionamiento Municipal.

5. Obligaciones Tributarias

- Cumplir con las declaraciones tributarias exigidas por el Servicio de Impuestos Nacionales.
- Mantener registros de compras, ventas, ingresos y gastos.
- Emitir facturas.
- Conservar la documentación contable y tributaria del negocio.
- Realizar el pago oportuno de los impuestos establecidos por la normativa boliviana.

Impacto del Negocio

1. Impacto Económico

BioAura contribuirá a la economía local mediante la producción y comercialización de repelentes naturales elaborados con insumos accesibles. El emprendimiento generará ingresos para sus propietarios y promoverá la compra de materias primas a proveedores locales, dinamizando la actividad económica de la región. Además, ofrecerá a los consumidores una alternativa de protección contra mosquitos a un precio competitivo.

2. Impacto Social

El negocio aportará al bienestar de la población al ofrecer un producto que ayuda a prevenir las molestias y riesgos asociados a las picaduras de mosquitos. Al estar elaborado con ingredientes naturales, BioAura brinda una opción más segura para personas de todas las edades, contribuyendo al cuidado de la salud y mejorando la calidad de vida de sus usuarios.

3. Impacto Ambiental

BioAura promueve el cuidado del medio ambiente mediante el uso de ingredientes naturales como la citronela, reduciendo la dependencia de productos con altas concentraciones de químicos. Asimismo, busca fomentar el consumo responsable y la utilización de alternativas más amigables con el entorno, disminuyendo el impacto ambiental generado por algunos repelentes convencionales.

4. Generación de Empleo

A medida que el emprendimiento crezca, podrá generar oportunidades de empleo directo e indirecto en áreas como producción, envasado, distribución, ventas y atención al cliente. Además, contribuirá al desarrollo de pequeños proveedores y colaboradores que participen en la cadena de producción y comercialización del producto.

5. Innovación

BioAura incorpora innovación al ofrecer un repelente natural a base de citronela en una presentación práctica, compacta y fácil de transportar en mochilas, bolsos o carteras. La combinación de ingredientes naturales, el enfoque ecológico y la comercialización a través de redes sociales permiten diferenciar el producto dentro del mercado, respondiendo a las nuevas tendencias de consumo orientadas hacia el bienestar y la sostenibilidad.

Conclusión

BioAura es un emprendimiento viable porque ofrece una solución natural, segura y accesible para la protección contra los mosquitos, satisfaciendo una necesidad frecuente de la población. Su elaboración requiere una inversión moderada y utiliza insumos fáciles de obtener.

Además, presenta buenas oportunidades de crecimiento debido a la creciente demanda de productos naturales y ecológicos. Su uso de ingredientes a base de citronela, su aroma agradable, su presentación práctica para transportar en mochilas, bolsos o carteras y su precio accesible le permiten diferenciarse de la competencia.

Por otro lado, BioAura promueve el cuidado de la salud y del medio ambiente, lo que favorece su sostenibilidad a largo plazo. En conjunto, estas características convierten al emprendimiento en una alternativa competitiva con potencial para posicionarse y crecer dentro del mercado local.

Recomendaciones

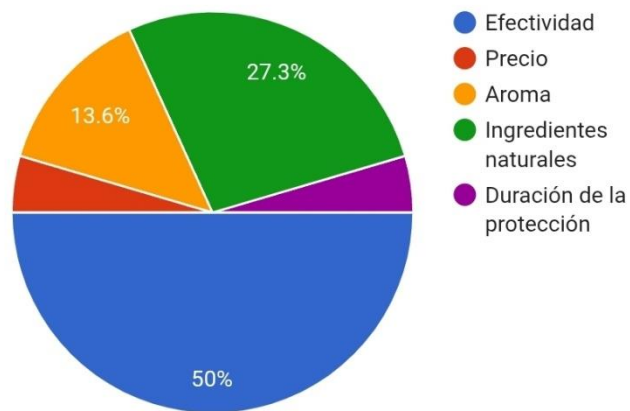
- Mantener altos estándares de calidad en la elaboración del repelente para garantizar su efectividad y la satisfacción de los clientes.
- Realizar campañas de promoción constantes en redes sociales para aumentar el reconocimiento de la marca BioAura.
- Resaltar los beneficios del producto natural a base de citronela frente a los repelentes tradicionales con componentes químicos.
- Implementar promociones y descuentos para atraer nuevos clientes y fomentar la recompra.
- Buscar alianzas con ferias, parques, tiendas ecológicas y otros espacios donde el producto pueda ser comercializado.
- Llevar un adecuado control de costos, ingresos y gastos para asegurar la rentabilidad del emprendimiento.
- Recoger opiniones y sugerencias de los clientes para mejorar continuamente el producto y el servicio.
- Evaluar la posibilidad de ampliar la línea de productos en el futuro, incorporando nuevas presentaciones o productos naturales relacionados con el bienestar y el cuidado personal.
- Utilizar empaques atractivos y funcionales que refuercen la imagen ecológica y natural de la marca.
- Mantener el compromiso con el cuidado de la salud y del medio ambiente como principal elemento diferenciador de BioAura.

Anexos

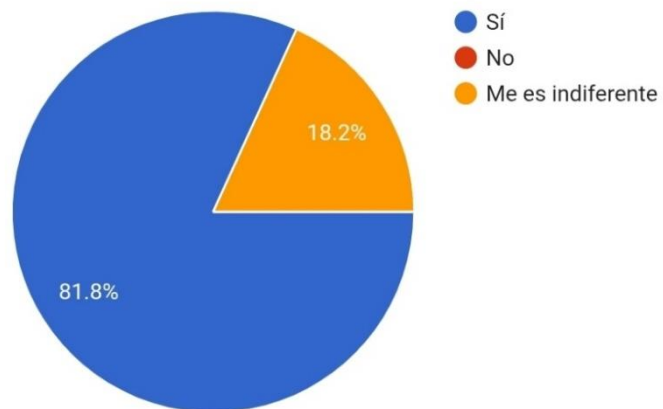
Anexo 1

Encuesta sobre las preferencias y necesidades de los consumidores

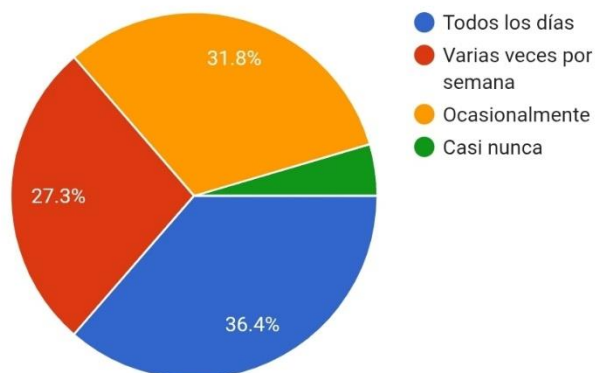
1. ¿Qué aspecto considera más importante en un repelente?



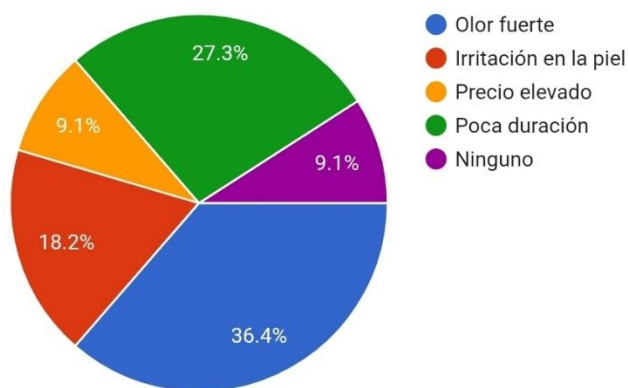
2. ¿Preferiría un repelente natural a base de Citronela en lugar de uno con muchos químicos?



3. ¿Con qué frecuencia tiene problema con los mosquitos?



4. ¿Qué problema ha tenido con los repelentes convencionales?



5. ¿Considera que sería bueno tener disponible en el mercado un repelente a base de ingredientes naturales?

