

XVI FERIA FACULTATIVA

**DE EMPRENDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA**

PLAN DE NEGOCIOS (EMPRENDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA:

AURA SKINCARE EFECT _____

INTEGRANTES:

Pamela Yasmin Velarde Barrios

Sebastián Flores Tapia

Ana Belen Calderon Torres

Ayde Colque Corrales

DOCENTE GUÍA:

Rosa Lia Arandia Orrellana

ORGANIZA:



APOYAN:



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “GABRIEL RENÉ MORENO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES
“CARRERA DE CONTADURIA PUBLICA”**



**MODALIDAD: PLAN AURA SKINCARE EFFECT – TIENDA DE
CUIDADO FACIAL**

AUTOR(ES):

- | | |
|---------------------------------|-----------|
| • Pamela Yasmin Velarde Barrios | 222110481 |
| • Sebastián Flores Tapia | 225056690 |
| • Ana Belen Calderon Torres | 225031205 |
| • Ayde Colque Corrales | 225032600 |

Docente Guía: Rosa Lia Arandia Orellana

SANTA CRUZ – BOLIVIA, JUNIO – 2026

DEDICATORIA

Dedicado a todas las personas que impulsan el emprendimiento y la innovación como herramientas para el desarrollo económico y social.

AGRADECIMIENTO

Se agradece a los docentes, compañeros y colaboradores que aportaron ideas y apoyo para la consolidación del proyecto AURA SKINCARE EFFECT – Accesorio de cuidado de cara via online.

RESUMEN:

El presente proyecto expone el plan de negocios para la creación y lanzamiento de Aura Skincare Effect, un emprendimiento nativo digital dedicado a la comercialización de herramientas y accesorios especializados en el cuidado facial (skincare) en el mercado de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. La propuesta de valor de la organización radica en transformar la rutina de cuidado diario en una experiencia accesible de bienestar o "Home Spa", combinando herramientas ergonómicas de alta calidad (como rodillos de cuarzo y piedras Gua Sha) con asesoría personalizada a través de canales digitales.

El canal principal de comercialización y distribución se centraliza en un entorno omnicanal integrado por una plataforma e-commerce nativa y atención directa vía WhatsApp Business, mitigando costos fijos de infraestructura física y proyectando una alta escalabilidad y un rápido retorno de inversión en el corto plazo.

Índice

1.Introducción	7
2.PLAN DE NEGOCIO:	8
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO	8
2.1.1 Nombre del emprendimiento	8
Nombre: Aura Skincare	8
.....	8
2.1.2 Naturaleza del negocio	8
2.1.3 Misión	11
Brindar a nuestros clientes productos y accesorios de cuidado facial de calidad, modernos y cómodos que contribuyan a su bienestar, confianza y a su salud dermatológica, ofreciendo una experiencia de compra accesible, segura y personalizada a través de canales digitales. En Aura Skincare Effect trabajamos para satisfacer las necesidades de quienes buscan combinar estética, salud y funcionalidad, promoviendo un estilo de vida activo y saludable mediante productos innovadores y un excelente servicio al cliente.	11
2.1.4 Visión	11
Ser una tienda líder y reconocida en la comercialización de productos y accesorios de skincare a nivel nacional, destacándose por la calidad de sus productos, la innovación en sus propuestas de cuidado y la excelencia en el servicio al cliente. Aura Skincare Effect aspira a convertirse en la primera opción para personas que buscan herramientas faciales modernas, cómodas y funcionales, fortaleciendo constantemente su presencia digital y ampliando su cobertura en el mercado.	11
A largo plazo, la empresa busca consolidar una marca sólida y confiable, expandir su catálogo de productos y marca conocida, incrementar su participación en el mercado y contribuir a la promoción del cuidado personal, generando valor para sus clientes, colaboradores y la comunidad.	11
2.1.5 Objetivos empresariales	11
2.2. ANÁLISIS DE MERCADO	12
3.1. Conclusiones	16

1.Introducción

Aura Skincare Effect es un emprendimiento dedicado a la comercialización online de accesorios especializados para el cuidado facial, mascarillas y sérums en Bolivia. La empresa nace con el propósito de ofrecer productos innovadores, prácticos y de alta calidad para mujeres y hombres que buscan potenciar su rutina de cuidado personal, combinando bienestar, salud dermatológica y una experiencia de spa en el hogar.

A través de un modelo de negocio enfocado en las ventas digitales y el comercio electrónico, la empresa busca satisfacer la creciente demanda en el sector de la belleza y el bienestar, brindando herramientas accesibles, productos complementarios eficaces y una experiencia de compra segura, ágil y personalizada.

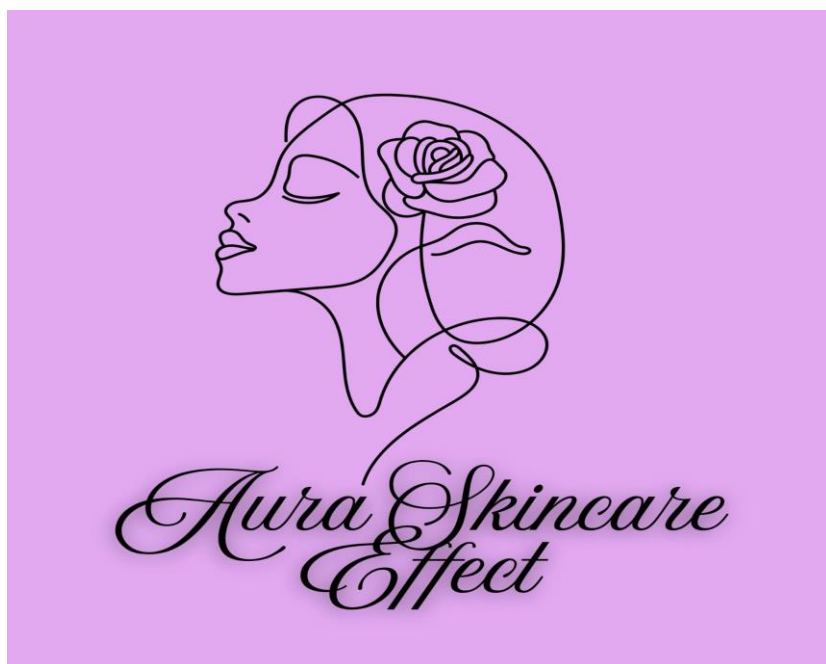
El presente plan de negocio tiene como finalidad analizar la viabilidad comercial, operativa y financiera de Aura Skincare Effect, estableciendo las estrategias necesarias para su posicionamiento, penetración y crecimiento sostenible en el mercado nacional. Asimismo, este documento detalla el análisis del mercado objetivo, la propuesta de valor centrada en el cuidado integral de la piel, las estrategias de marketing digital y las proyecciones financieras indispensables para evaluar la rentabilidad del proyecto.

2.PLAN DE NEGOCIO:

2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

2.1.1 Nombre del emprendimiento

Nombre: Aura Skincare



2.1.2 Naturaleza del negocio

¿Qué hace la empresa?

Aura Skincare Effect es una empresa comercial dedicada a la venta y distribución de accesorio de cuidado facial, a mascarilla y serums a través de canales digitales, orientada a satisfacer las necesidades de personas que buscan tener una hidratación y cuidado perfecto facial, teniendo la facial luzca perfecta y delicada. La empresa opera bajo un modelo de comercio electrónico, permitiendo a los clientes acceder a sus productos desde cualquier lugar mediante redes sociales, plataformas de mensajería y otros medios digitales.

La naturaleza del negocio se enmarca dentro del sector de comercio minorista de accesorio de cuidado facial, de un mercado que ha experimentado un crecimiento significativo debido al aumento del interés por la limpieza facial y cuidado específico, el bienestar personal y los estilos de vida saludables. Este crecimiento ha generado una mayor demanda del accesorio del cuidado facial, como los productos que combine calidad, textura, durabilidad y diseño.

¿Qué vende?

Aura Skincare se dedica a la venta de accesorio del cuidado facial de alta calidad para mujeres y hombres. Ofrece una amplia variedad de producto como, las binchas, muñequera, piraña, etc.

- Accesorios de cuidado facial: Herramientas que optimizan la rutina diaria (rodillos de jade/cuarzo, piedras Gua Sha, brochas aplicadoras de silicona, esponjas de limpieza, bandas para el cabello y masajeadores faciales).
- Mascarillas: Tratamientos especializados en formato de tela (sheet masks), arcillas, hidrogel y mascarillas de hidratación profunda.
- Sérums: Fórmulas concentradas con activos específicos (ácido hialurónico, vitamina C, niacinamida, entre otros) diseñadas para tratar diferentes necesidades de la piel.

Aura Skincare busca satisfacer las necesidades de personas que llevan un cuidado facial, útil de la vida activa de la persona, ofreciendo productos adaptables en la piel de cada persona que luzca radiante, con calidad de producto, entrenamiento, caminatas y actividades cotidianas.

¿Cómo genera ingresos?

Genera sus ingresos principalmente mediante la venta de su catálogo facial a clientes finales a través de canales digitales como redes sociales, WhatsApp y plataformas de comercio electrónico. La empresa obtiene ganancias al comercializar estas herramientas con un margen de utilidad entre el costo de adquisición y el precio de venta al público. Las principales fuentes de ingresos son:

- Venta de productos al detalle: La mayor parte de los ingresos proviene de la comercialización de accesorios, mascarillas y sérums individuales para mujeres y hombres.
- Ventas por redes sociales: A través de Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp Business, la empresa promociona sus productos y concretas ventas directas con los clientes.
- Ventas por temporadas y promociones: Durante fechas especiales y temporadas de alta demanda, la tienda incrementa sus ingresos mediante ofertas y combos de rutinas completas que impulsan el volumen de ventas.

- Ventas al por mayor: La empresa puede generar ingresos adicionales mediante la venta de lotes de accesorios o mascarillas a revendedores o pequeños distribuidores interesados en la marca del producto.

¿Qué necesidad satisface?

Aura Skincare Effect satisface la necesidad de las personas de contar con accesorios y tratamientos faciales cómodos, modernos y funcionales para realizar rutinas de cuidado efectivas y mantener una piel saludable. La empresa ofrece productos que permiten a sus clientes sentirse cómodos, seguros y motivados con su aspecto físico en su uso cotidiano. Además, satisface la necesidad de acceso a productos de belleza de calidad a precios accesibles, facilitando la compra mediante canales digitales y redes sociales. Esto permite que los clientes adquieran sus artículos de forma rápida, práctica y segura sin necesidad de desplazarse a una tienda física. Por otra parte, responde a la creciente demanda de tendencias estéticas, combinando el cuidado de la salud, el diseño ergonómico de los accesorios y las corrientes actuales del mercado cosmético. Sus productos ayudan a las personas a expresar su estilo personal mientras cuidan de sí mismas.

Luz Vogue satisface la necesidad de las personas de contar con ropa deportiva cómoda, moderna y funcional para realizar actividades físicas y mantener un estilo de vida saludable. La empresa ofrece prendas que permiten a sus clientes sentirse cómodos, seguros y motivados durante sus entrenamientos, actividades deportivas y uso cotidiano.

Además, satisface la necesidad de acceso a productos deportivos de calidad a precios accesibles, facilitando la compra mediante canales digitales y redes sociales. Esto permite que los clientes adquieran sus prendas de forma rápida, práctica y segura sin necesidad de desplazarse a una tienda física.

2.1.3 Misión

Brindar a nuestros clientes productos y accesorios de cuidado facial de calidad, modernos y cómodos que contribuyan a su bienestar, confianza y a su salud dermatológica, ofreciendo una experiencia de compra accesible, segura y personalizada a través de canales digitales. En Aura Skincare Effect trabajamos para satisfacer las necesidades de quienes buscan combinar estética, salud y funcionalidad, promoviendo un estilo de vida activo y saludable mediante productos innovadores y un excelente servicio al cliente.

2.1.4 Visión

Ser una tienda líder y reconocida en la comercialización de productos y accesorios de skincare a nivel nacional, destacándose por la calidad de sus productos, la innovación en sus propuestas de cuidado y la excelencia en el servicio al cliente. Aura Skincare Effect aspira a convertirse en la primera opción para personas que buscan herramientas faciales modernas, cómodas y funcionales, fortaleciendo constantemente su presencia digital y ampliando su cobertura en el mercado.

A largo plazo, la empresa busca consolidar una marca sólida y confiable, expandir su catálogo de productos y marca conocida, incrementar su participación en el mercado y contribuir a la promoción del cuidado personal, generando valor para sus clientes, colaboradores y la comunidad.

2.1.5 Objetivos empresariales

Objetivo General

Consolidar a Aura Skincare Effect como una tienda de referencia en la comercialización de accesorios de cuidado facial, mascarillas y sérums, ofreciendo productos de calidad, modernos y accesibles a través de canales digitales, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, generar rentabilidad y lograr un crecimiento sostenible en el mercado

Objetivos Específicos

- Incrementar las ventas de productos de cuidado facial mediante estrategias de marketing digital y promoción en redes sociales.
- Ofrecer productos de alta calidad que garanticen la satisfacción, el cuidado dermatológico seguro y la fidelización de los clientes.
- Fortalecer la presencia de la marca Aura Skincare Effect en plataformas digitales para aumentar su reconocimiento en el mercado.

- Optimizar los procesos de atención al cliente, asesoramiento personalizado y distribución para brindar un servicio eficiente y oportuno.
- Ampliar progresivamente el catálogo de accesorios y activos cosméticos de acuerdo con las tendencias y preferencias de los consumidores.

2.2. ANÁLISIS DE MERCADO

Mercado Objetivo

Aura Skincare Effect está dirigida principalmente a mujeres y hombres entre 15 y 45 años que buscan herramientas y tratamientos cómodos, modernos y funcionales para el cuidado cutáneo diario o para asistir a centros de estética. Este segmento de mercado valora la calidad de los materiales, el diseño ergonómico, la efectividad y los precios accesibles.

Además, la empresa se enfoca en personas que realizan compras por internet y utilizan redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp para conocer tendencias y efectuar sus compras de manera rápida y segura.

Análisis de la Demanda

En los últimos años, la demanda de productos de skincare ha experimentado un crecimiento constante debido al aumento de la conciencia sobre la salud de la piel, la prevención del envejecimiento y la importancia de mantener hábitos de cuidado personal. Cada vez más personas incluyen masajes faciales o activos concentrados en sus rutinas diarias, lo que genera una oportunidad favorable para el crecimiento de Aura Skincare Effect. La tendencia actual muestra una preferencia por artículos que combinen funcionalidad y facilidad de uso en el hogar.

La demanda en el sector cosmético ha migrado de la cobertura (maquillaje) al cuidado preventivo (skincare). El fenómeno global del “Home Spa” (bienestar en casa) se ha consolidado en el mercado local, donde los usuarios ya no ven el cuidado facial como un lujo esporádico, sino como una necesidad diaria. Existe una disposición creciente a invertir en herramientas que optimicen la absorción de los productos tópicos, lo que asegura una demanda constante y cíclica tanto para los insumos consumibles (mascarillas y sérums) como para las herramientas de uso prolongado.

Análisis de la Oferta

El mercado de la cosmética cuenta con una amplia variedad de competidores, desde cadenas de farmacias tradicionales hasta pequeños emprendimientos en redes sociales. Sin embargo, existe una oportunidad para Aura Skincare Effect al ofrecer atención y asesoría personalizada sobre el uso de accesorios, precios competitivos, variedad de modelos y una experiencia de compra cercana al cliente. La diferenciación de la empresa estará basada en la calidad de sus productos, la innovación constante en sus herramientas y la rapidez en la atención y entrega de pedidos.

Análisis de la Competencia

Los principales competidores del sector incluyen distribuidoras de cosméticos masivos y marcas internacionales con presencia física. Aunque estas empresas poseen una mayor estructura de capital y posicionamiento de marca, carecen de la flexibilidad logística y de la cercanía comunitaria que permite el comercio electrónico independiente. Para mitigar la fidelidad hacia marcas tradicionales, Aura Skincare Effect basará su competitividad en estrategias de marketing de contenido (tutoriales rápidos), la personalización absoluta del empaque (unboxing experience) y la inmediatez en los despachos a domicilio.

Perfil del Cliente: Los clientes potenciales presentan las siguientes características: interés por la salud cutánea y el bienestar personal, uso frecuente de redes sociales, preferencia por compras online, búsqueda de productos eficaces a precios accesibles y valoración de la estética y las tendencias del cuidado facial.

Oportunidades de Mercado: Crecimiento del comercio electrónico en el país, incremento de las rutinas de bienestar en el hogar (home-spa), mayor uso de formatos de video (TikTok/Reels) para aprender sobre skincare y posibilidad de expansión a nuevas líneas de productos dermocosmético.

Plan de Inversión de Aura Skincare:

Inversión Inicial:

Aura Skincare iniciará sus operaciones con una inversión de 5.500 bolivianos, destinada a la adquisición de mercadería, promoción de la marca, logística de distribución y capital de trabajo. Esta inversión permitirá establecer una base sólida para el funcionamiento y crecimiento del negocio.

Desglose del Inventario Inicial (Mercadería)

Producto / Ítem	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Costo General	Total (Bs.)
Sets de Skincare	3 docenas	20,00	240,00	720,00
Moñas (Scrunchies)	5 docenas	3,00	36,00	180,00
Pirañas de Flores (Ganchos)	3 paquetes	5,00	60,00	180,00
Rodillos de Jade/Cuarzo	2 docenas	15,00	180,00	360,00
Piedras Gua Sha	2 docenas	20,00	240,00	480,00
Sérums Faciales (Estimado)	4 docenas	12,00	144,00	576,00
Mascarillas de Tela (Estimado)	10 docenas	3,00	36,00	360,00
SUBTOTAL MERCADERÍA				3.056,00

Matriz General de Inversión

Concepto / Detalle	Monto (Bs.)	Porcentaje (%)
Compra de Inventario (Sets, accesorios, rodillos, sérums y mascarillas)	3.056	61%
Material de Empaque e Identidad (Cajas personalizadas, bolsas de regalo, stickers de la marca y tarjetas de uso)	500	10%
Marketing Digital y Publicidad (Pauta en Meta Ads - Instagram/Facebook y creación de contenido en TikTok)	700	14%
Logística de Distribución (Fondo inicial para transportes, entregas y envíos locales/nacionales)	344	7%
Equipos y Herramientas Tecnológicas (Línea corporativa de WhatsApp Business y herramientas de diseño)	400	8%
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	5.000	100%

- **Objetivo de la Inversión:**

Financiar la puesta en marcha de Aura Skincare Effect, garantizando un stock variado que permita armar los "Kits Aura" (combinando accesorios de bajo costo con productos de alto valor como rodillos y sérums) para elevar el ticket promedio de venta.

- **Proyección de Recuperación:**

Debido a los excelentes márgenes de ganancia que deja el skincare por mayor (donde los productos suelen duplicar su valor al detalle), se estima recuperar el capital invertido en los primeros 3 a 4 meses operando de forma activa en redes sociales.

- **Beneficios Esperados:**

Alta rotación de inventario estético, rápido posicionamiento de la marca en Santa Cruz mediante entregas inmediatas y generación de ingresos estables que permitan reinvertir en lotes más grandes de mercadería.

3. Conclusiones y Recomendaciones

3.1. Conclusiones

El análisis realizado demuestra que Aura Skincare Effect tiene una oportunidad favorable de crecimiento dentro del mercado del cuidado personal, debido al incremento de la demanda de herramientas y tratamientos cómodos, funcionales y modernos para el rostro. El modelo de negocio basado en ventas online permite reducir costos operativos, ampliar el alcance de clientes potenciales y adaptarse a las nuevas tendencias de consumo digital de forma rápida.

La inversión inicial de 5.000 Bs. está perfectamente optimizada para la compra estratégica de mercadería por mayor, asegurando un inventario completo con un costo unitario bajo que duplica los márgenes de ganancia al detalle. La propuesta de valor, centrada en ofrecer soluciones integrales cruzadas y guías personalizadas de uso, constituye una fuerte ventaja competitiva frente a tiendas genéricas. Las estrategias de promoción y las proyecciones operativas muestran que el negocio posee un excelente potencial de rentabilidad y sostenibilidad a corto y mediano plazo.

3.2. Recomendaciones

- Fortalecer la presencia digital mediante la creación de videos educativos en formato vertical que muestren el uso correcto de las Gua Sha y rodillos combinados con los sérums para captar nuevos compradores.
- Mantener una adecuada gestión de inventarios para evitar la falta de stock en los activos y accesorios más solicitados en los combos.
- Monitorear de forma constante las tendencias estéticas globales en redes para incorporar accesorios innovadores al catálogo de manera oportuna.
- Implementar estrategias de fidelización como descuentos en la compra de la segunda mascarilla o promociones especiales en kits de regalo durante días festivos.
- Optimizar continuamente la velocidad de respuesta y la calidez en WhatsApp Business para asegurar una experiencia de atención al cliente rápida, cercana y satisfactoria.
- Llevar un control financiero diario y permanente de ingresos, costos y utilidades para asegurar la sostenibilidad económica y planificar futuras expansiones del negocio.

Bibliografía Sugerida

Para respaldar teóricamente tu documento académico en la universidad, puedes utilizar estas referencias bibliográficas estándar adaptadas a las áreas de planes de negocio, comercio electrónico y la industria del cuidado personal en el contexto de tu estudio:

- **Kotler, P., & Keller, K. L.** (2016). *Dirección de Marketing* (15ª ed.). Pearson Educación. *(Fundamental para justificar tu estrategia de comercialización digital y segmentación).*
- **Malhotra, N. K.** (2020). *Investigación de mercados: Un enfoque aplicado* (7ª ed.). Pearson Educación. *(Útil para la sección donde explicas el análisis de mercado y la demanda en Santa Cruz).*
- **Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M.** (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6ª ed.). McGraw-Hill. *(El libro base indispensable para justificar la estructura de tu plan de inversión de Bs. 5.000 y el presupuesto).*
- **Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J.** (2007). *Fundamentos de Marketing* (14ª ed.). McGraw-Hill. *(Ideal para respaldar la mezcla de mercadotecnia o las 4Ps de tu emprendimiento).*
- **Laudon, K. C., & Guercio Traver, C.** (2021). *E-commerce 2021: Negocios, tecnología y sociedad* (16ª ed.). Pearson. *(Esencial para dar sustento teórico al diseño de la interfaz de la aplicación, carrito de compras y tu modelo de negocio digital).*

ANEXOS:

