



Nombre del Alumno: Karen Joseline Espinoza Moreno Y Kristell Eloisa Velasco Castillo,

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profeso: Juan Manuel Jaime

Nombre de la Licenciatura: psicología

Cuatrimestre: 9 cuatrimestre

Contenido

NOMBRE DE LA EMPRESA: GLOW BEAUTY	3
ESLOGAN: “TU BRILLO AL ESTILO COREANO”	3
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	4
LOCACIÓN DEL NEGOCIO	4
JUSTIFICACIÓN	4
MISIÓN	5
VISIÓN.....	5
VALORES	5
FODA.....	5
Fortalezas.....	5
Debilidades	5
Oportunidades	5
Amenazas.....	6
OBJETIVOS	6
Corto	6
Mediano.....	6
Largo plazo.....	6
SEGMENTO DEL MERCADO	6
CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DEL MERCADO	6
CONSUMO MENSUAL APARENTE	7
ENCUESTA Y GRAFICAS	8
CONCLUSIONES.....	13
ORGANIGRAMA	14
RESPONSABILIDADES	15
BIBLIOGRAFIA	16



NOMBRE DE LA EMPRESA: GLOW BEAUTY

ESLOGAN: "TU BRILLO AL ESTILO COREANO"

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Glow Beauty es una tienda especializada en maquillaje coreano que nace con la misión de ofrecer productos que no solo embellecen, sino que también cuidan la piel. Nos inspira la filosofía de la belleza coreana, donde el cuidado personal y la salud de la piel son parte esencial de cada rutina.

En nuestra tienda encontrarás una cuidada selección de productos auténticos de K-beauty, reconocidos por su innovación, texturas ligeras y resultados visibles. Cada artículo que ofrecemos ha sido elegido no solo por su calidad estética, sino también por los beneficios que aporta a la piel.

Lo que hace únicos a nuestros productos es que, además de brindar una apariencia radiante y natural, están formulados con ingredientes activos como centela asiática, ácido hialurónico, té verde y niacinamida. Estos componentes ayudan a hidratar, calmar, iluminar y proteger la piel, convirtiendo cada aplicación en un momento de cuidado y bienestar.

En Glow Beauty creemos que el maquillaje no debe ocultar, sino resaltar lo mejor de ti. Por eso, te invitamos a descubrir una nueva forma de maquillarte, donde tu piel luce hermosa, saludable y con ese glow natural que solo la cosmética coreana puede ofrecer.

LOCACIÓN DEL NEGOCIO

Cerca de Bonita Comitán, primera Calle Nte. Pte. 8, El Calvario, 30000, Comitán, Chiapas.

JUSTIFICACIÓN

Glow beauty se dedica a la venta de un maquillaje de bella coreano, en la cual hace que sea de buena calidad para el cliente y ayuda al cuidado de la piel y deja la piel natural. Contamos con productos en la tienda local y de igual forma en línea ya que es a nivel comercial, también se colabora con diferentes personas para pruebas de nuestro producto y puedan darse cuenta sobre la calidad que le ofrece Glow beauty. El objetivo es darle un mejor servicio y satisfacción al cliente con el producto, sin embargo la opinión del cliente es importante para nuestra empresa ya que gracias a ellos hacemos una mejora de nuestro producto, de igual forma es algo que en nuestra ciudad es nuevo e innovador.

MISIÓN

Ofrecer maquillaje coreano auténtico que, además de embelecer, cuide la piel mediante fórmulas innovadoras y naturales. En Glow Beauty nos comprometemos a brindar productos que resalten la belleza real de cada persona, promoviendo el bienestar y una rutina de cuidado consciente inspirada en la filosofía K-beauty.

VISIÓN

Ser la tienda líder en maquillaje coreano en Latinoamérica, reconocida por combinar belleza y salud de la piel en cada producto. Aspiramos a transformar la forma en que las personas se maquillan, posicionándonos como referentes de una belleza natural, responsable y saludable.

VALORES

- Innovación
- Calidad Servicio al cliente
- Honestidad
- Responsabilidad
- Social Trabajo en equipo
- Excelencia

FODA

Fortalezas

1. Innovación constante.
2. Enfoque en el cuidado de la piel.
3. Tendencias virales en redes sociales.

Debilidades

1. Dependencia de importaciones.
2. Competencia interna coreana
3. Precios elevando comparados con marcas locales.

Oportunidades

1. Crecimiento global del mercado k- Beauty.
2. Ventas en redes sociales.
3. Asociación con influencers.

Amenazas

1. Producto pirata.
2. Competencias de otras marcas coreanas.
3. Aburrimiento del consumidor

OBJETIVOS

Corto.

Incrementar el reconocimiento de la marca

Mediano

Desarrollar una comunidad fiel de clientes.

Largo plazo

Convertirse en una marca líder de maquillaje coreano en el mercado latinoamerica o global.

SEGMENTO DEL MERCADO

En el corto plazo del segmento elegido es la población de Comitán de Domínguez, con un total de 166,178 personas, cuya edad fluctúa de 15 a 50 años, con una población de solo mujeres del 31.15%.

CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO DEL MERCADO

- Mujeres que se cuidan la piel
- Preferencia por tener algo nuevo en la ciudad
- Productos exportados
- Tendencia por el skincare coreano
- Precios accesibles

CONSUMO MENSUAL APARENTE

El numero de clientes potenciales 51,748

- 1 semana 1,748
- 2 veces por semana 800
- 1 vez al mes 9,200
- Ocasionalmente 40,000

Consumo aparente			
1 vez por semana	1748	4	6,992
2 veces por semana	800	8	6,400
1 vez al mes	9,200	1	9,200
Ocasionalmente	40,000	0	40,000

51,748

62,592

ENCUESTA Y GRAFICAS

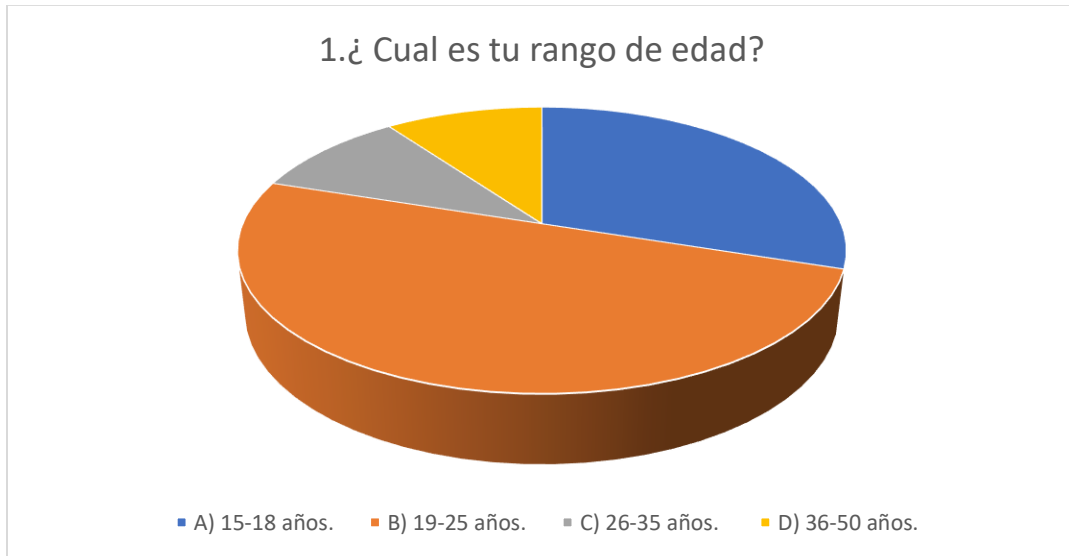
1. ¿Cuál es tu rango de edad?

A) 15-18 años.

B) 19-25 años.

C) 26-35 años.

D) 36-50 años.



2. ¿Haz escuchado hablar del maquillaje coreano?

A) Si.

B) No.



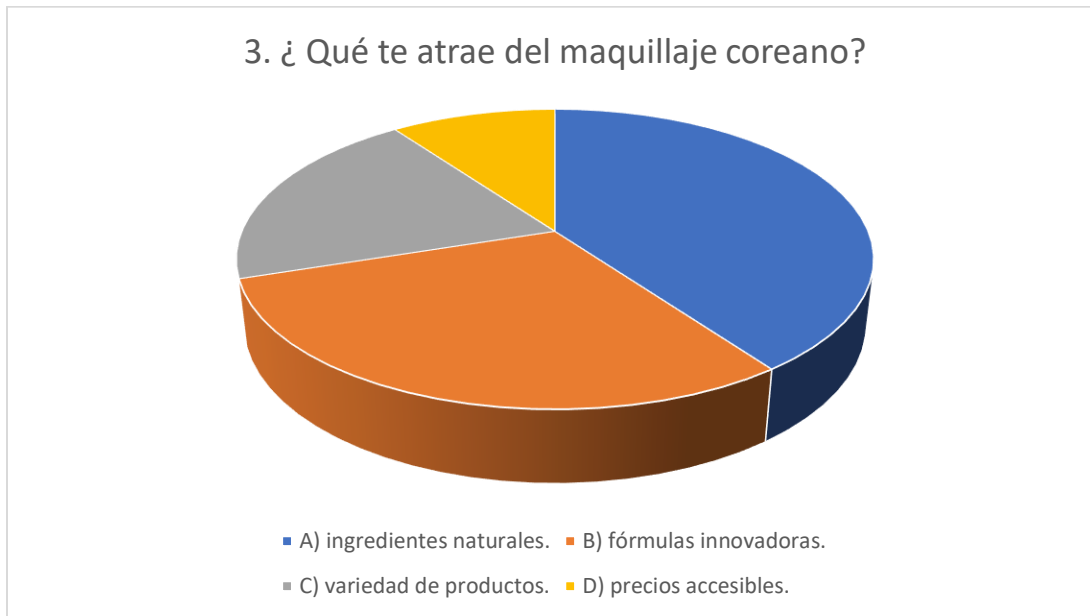
3. ¿Qué te atrae del maquillaje coreano?

A) ingredientes naturales.

B) fórmulas innovadoras.

C) variedad de productos.

D) precios accesibles.



4. ¿Haz probado algún producto coreano?

A) Si.

B) No.



5. ¿Qué producto de maquillaje coreano te gustaría probar?

A) Sombras.

B) Máscara de pestañas.

C) Lápiz de labios.



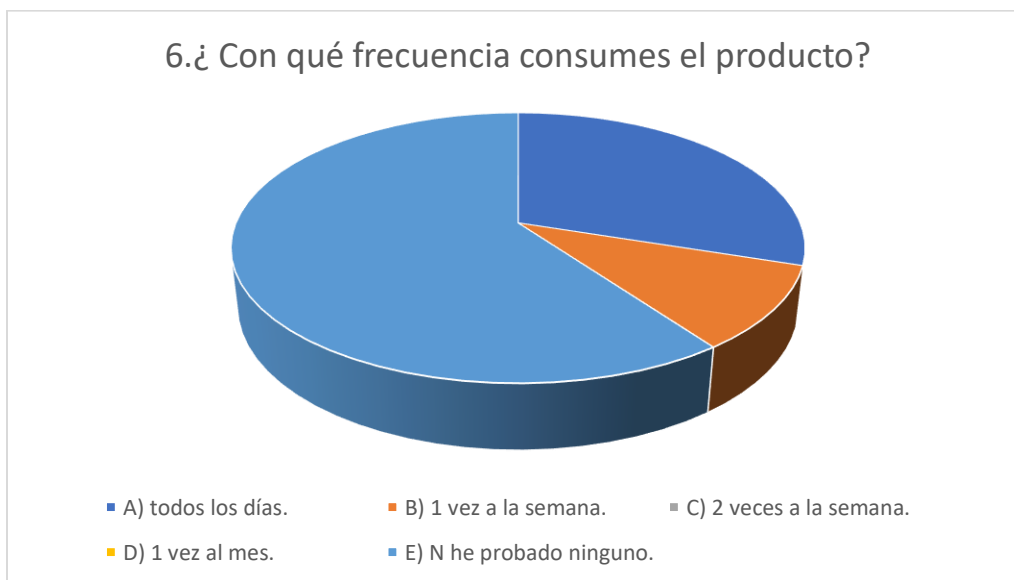
6. ¿Con qué frecuencia consumes el producto?

A) todos los días.

B) 1 vez a la semana.

C) 2 veces a la semana.

D) 1 vez al mes.



7. ¿Qué tipos de promociones te gustaría?

A) Combos.

B) 2×1.

C) descuentos de compra.



8. ¿Cuanto estarías dispuesto a pagar por el producto?

A) 200 pesos.

B) 300 pesos.

C) 400 pesos.

D) 500 pesos.



9. ¿Qué forma de pago te gustaría más?

A) Transferencia.

B) Efectivo.



10. ¿Cómo calificaría el producto?

A) 1-3.

B) 4-7.

C) 8-10.



CONCLUSIONES

Durante nuestra experiencia en la empresa de maquillaje coreano, aprendimos muchísimo sobre cómo funciona este tipo de negocio desde adentro.

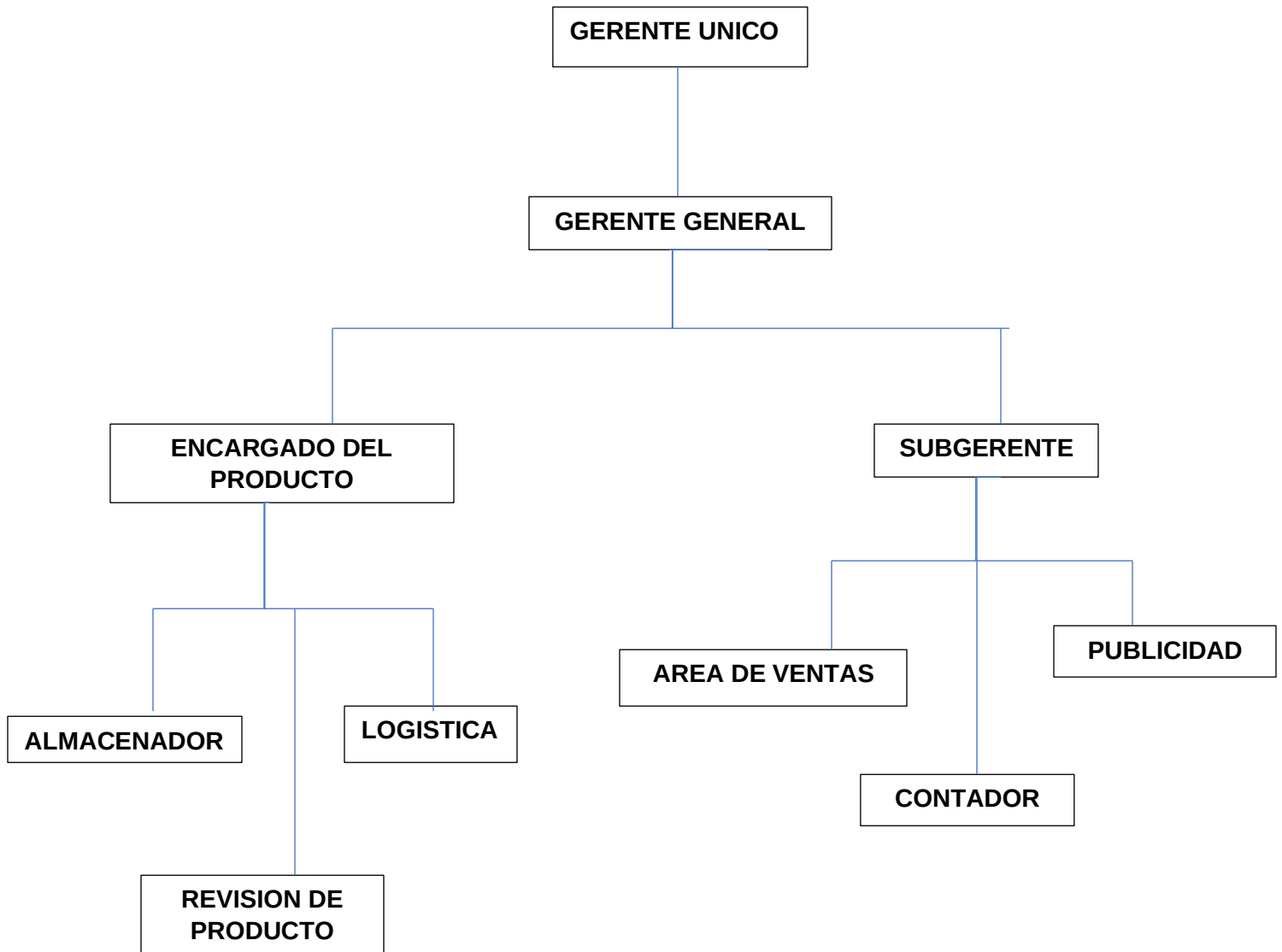
Nos dimos cuenta de que no solo se trata de vender maquillaje, sino de ofrecer productos de calidad, con buenos ingredientes y una filosofía enfocada en el cuidado de la piel.

También vimos lo importante que es el diseño de los productos, el empaque y las estrategias de marketing, ya que todo está pensado para atraer a los consumidores, sobre todo a las jóvenes.

Aprendimos sobre cómo crean nuevos productos, cómo se aseguran de que todo esté bien hecho.

En general, fue una experiencia muy enriquecedora que nos ayudó a entender mejor cómo se trabaja en una empresa de cosméticos coreanos, y a valorar el esfuerzo que hay detrás de cada producto que vemos en las tiendas.

ORGANIGRAMA



RESPONSABILIDADES

GERENTE UNICO: Modelo de gestión en el que una sola persona tiene la responsabilidad y la autoridad para dirigir y tomar decisiones.

GERENTE GENERAL: Ejecutivo que tiene la responsabilidad de dirigir y gestionar una organización o empresa.

ENCARGADO DE PROVEEDOR: Responsable de gestionar y mantener las relaciones con los proveedores de la empresa.

ALMACENADOR: Responsable de gestionar y mantener el inventario de productos o materiales en un almacén.

REVISION DE PRODUCTO: Responsable de evaluar y analizar productos para determinar su calidad, funcionalidad y comportamiento con los estándares y regulaciones establecidas.

SUBGERENTE: Supervisor a dirigir las operaciones de la empresa, asegurándose que cumplan los objetivos.

VENTAS: Liderar y gestionar un equipo de ventas, con el objetivo de alcanzar las metas y con el objetivo de alcanzar metas de ventas establecidas.

CONTADOR: Responsable de registrar, analizar y controlar los recursos financieros de la empresa.

PUBLICIDAD: Profesional responsable de planificar, implementar y gestionar las estrategias de publicidad de una empresa.

BIBLIOGRAFIA
ANTOLOGIA UDS