

Diagnóstico Inicial de proyecto NUZ COSMETIC

Los integrantes del proyecto de NUZ Cosmetic tienen como objetivo innovar en su empaque para rímel con formulación 100% mexicana haciéndolo amigable para el medio ambiente buscando un material eco alternativo y además, modificar su modelo de negocios donde se haga la inclusión de mujeres pertenecientes a grupos vulnerables.

Con la inversión ellos buscan hacer una planta en Querétaro con los equipos necesarios para fabricar sus productos, hacer la implementación de un nuevo empaque y comenzar con su nuevo plan de negocios donde incluirán a mujeres de grupos vulnerables.

- **Viabilidad del proyecto.**

Viabilidad técnica: Los integrantes del proyecto Nuz Cosmetic están asociados con una maquiladora de cosméticos que se encarga de la formulación, producción y empaque, por lo que el proyecto es viable técnicamente. Sin embargo, en la parte del nuevo contenedor hace falta definir el material con el que se va a trabajar, se propone el bambú o un empaque ya comercializado por lo que la parte técnica no se vería comprometida al cambiar el diseño y composición del mismo.

Viabilidad económica: La elaboración de los cosméticos cuenta con solvencia económica y la empresa es capaz de sostener la producción de todo un año, al hacer el cambio de empaque, en caso de ser Bambú, esto se vería comprometido por los costos de importación del material, búsqueda de una empresa que pueda fabricar el empaque y el procesamiento, situación que encarecería el producto y los márgenes de ganancia disminuirían. Razón por la que se solicitó al equipo hacer una búsqueda bibliográfica de materiales disponibles en México que puedan ser utilizados para hacer el empaque. En caso de optar por un empaque ya hecho, habría que revisar en cuanto sube el costo total del producto, sin embargo, esta situación está por definirse.

- **Estatus del proyecto.**

El proyecto en cuanto a cosmética se ubica en el TRL 8, es decir, el producto se encuentra desarrollado y comercializable. Se encuentran ya en el mercado y con la intención de expansión.

En la parte del nuevo empaque eco alternativo se encuentran en TRL 1, están en investigación básica de su idea, búsqueda de alternativas viables tanto técnica como financieramente, que no impacte de manera negativa en su producto.

- **Áreas de oportunidad.**

La idea de mejorar el empaque para hacerlo amigable con el medio ambiente es una excelente idea ahora que ha aumentado la importancia por minimizar el uso de plástico, sin embargo, el equipo necesita hacer una investigación más profunda sobre el material que desean utilizar, que además de ser ecológico o biodegradable, no les genere un impacto económico importante. Necesitan conocer lo que ya existe en el mercado, posibles proveedores y costos, para

determinar de una manera más consciente lo que desean ofrecer a su cliente potencial. Además, conocer a su cliente objetivo, cuánto están dispuestos a pagar por su producto, para saber cuánto pueden modificar el precio actual al hacer la implementación de su nuevo empaque.

Para el cambio en su modelo de negocio es importante definir que no es un multinivel como tal, explicando por qué es bueno o mejor que el que tienen y cómo va a beneficiar a las mujeres de grupos vulnerables.

Hace falta trabajar el marketing de NUZ, buscar la manera de hacerles llegar a las personas que el producto es mejor que muchos otros que ya existen en el mercado.

- **Visión empresarial.**

La visión del equipo NUZ Cosmetic es colocar a NUZ en muchas partes del mundo.

El equipo realmente está interesado y trabajando por ampliar su mercado, buscan oportunidades de incursión, han estado en eventos y bazares donde venden su producto, actualmente venden en Querétaro, León y San Miguel de Allende. Ellos contemplan el mercado extranjero por la fuerte competencia que existe en el país y el tipo de mercado que se maneja. Es importante que hagan un análisis de riesgos, para que tengan claro que pueden hacer actualmente y a donde pueden llegar si hacen mejoras a sus productos y a sus ventas.

- **Detección de necesidades reales del problema.**

El principal problema con el que cuenta el equipo es que aún no tienen claro el material con el que desean elaborar su nuevo empaque, o si lo van a comprar ya fabricado y solo harán el envasado de su producto con sus formulaciones. Debido a esto, no puede determinarse una situación real de lo que implicaría hacer esta modificación en cuanto a factibilidad técnica y financiera. Es importante realizar un estudio de mercado para conocer a sus clientes potenciales para que tengan un panorama más amplio de lo que desean implementar y como lo va a recibir su mercado. A pesar de que cuentan con un producto comercial no tienen un registro de marca.

- **Pitch**

El pitch que presentaron contiene la mayoría de los componentes claves para dar a conocer su proyecto, sin embargo, no definieron con exactitud el mercado al que se dirigen ni la problemática que están atacando con su proyecto. Sus hitos no los dan a conocer y eso sería bueno que lo incluyan, ya que, a pesar de no ser una empresa constituida ya tienen su producto a la venta. En cuanto a confianza y gesticulación se puede mejorar.

- **Conclusiones**

Es un buen proyecto, tienen el potencial para ser empresarios, ya tienen cubierta toda la parte de cosmética, sin embargo, para la implementación de un nuevo empaque les falta un poco más de investigación y datos duros, ampliar su conocimiento acerca del mercado objetivo, estimación real de cuánto costará

hacer las implementaciones y la manera en la que se acercarán a las mujeres de grupos vulnerables para incluirlas en su nuevo modelo de negocios, que es parte de su responsabilidad social.

Tienen un conocimiento muy completo de su proyecto, conocen el mercado cosmético, sus competidores, los alcances de su producto y hacia donde desean llegar con él.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Betsie', enclosed within a hand-drawn circle.

M.C. Betsie Martínez Cano.
Mentora del proyecto