

vivant

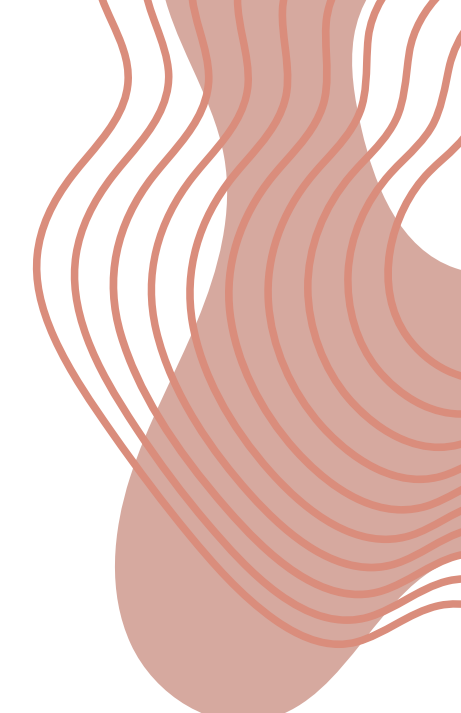
Natural Skin

Redefiniendo la belleza con
propósito e innovación

Clean • Natural • Organic



Presentado por:
Diana Orantes



- Las mujeres absorben un estimado de cinco libras de parabenos al año únicamente de su rutina de maquillaje diaria.

- Según la Revista de Toxicología Aplicada los residuos de parabenos fueron encontrados en concentraciones de hasta 1 millón de veces más que los niveles de estrógeno (estradiol) encontrado en el tejido mamario humano en presencia de tumor mamario.



El Problema

- ✗ La piel es el órgano más grande de nuestro cuerpo y absorbe todo lo que le aplicamos
- ✗ Sustancias tóxicas que causan reacciones indeseadas en nuestro metabolismo.
- ✗ Parabenos, aceite mineral, parafinas, siliconas, disruptores endócrinos, cancerígenos, alérgenos.
- ✗ Intolerancia o sensibilidad al maquillaje convencional.





El Problema

Conclusión

Deterioramos nuestra salud con la alta cantidad de químicos que absorbemos por medio de nuestra piel, aplicándole diferentes cosméticos por largos períodos de tiempo

- 515 químicos
- 26 segundos
- Envejecimiento prematuro
- Problemas de tiroides, pubertad precoz, infertilidad
- Dermatitis alérgica por contacto, irritabilidad, hiperactividad.



La Solución



Crear maquillaje y producto para el rostro 95% - 100% natural.



Ingredientes naturales en armonía con la piel ayudando a mantener y a recuperar la salud, amigables con el medio ambiente.



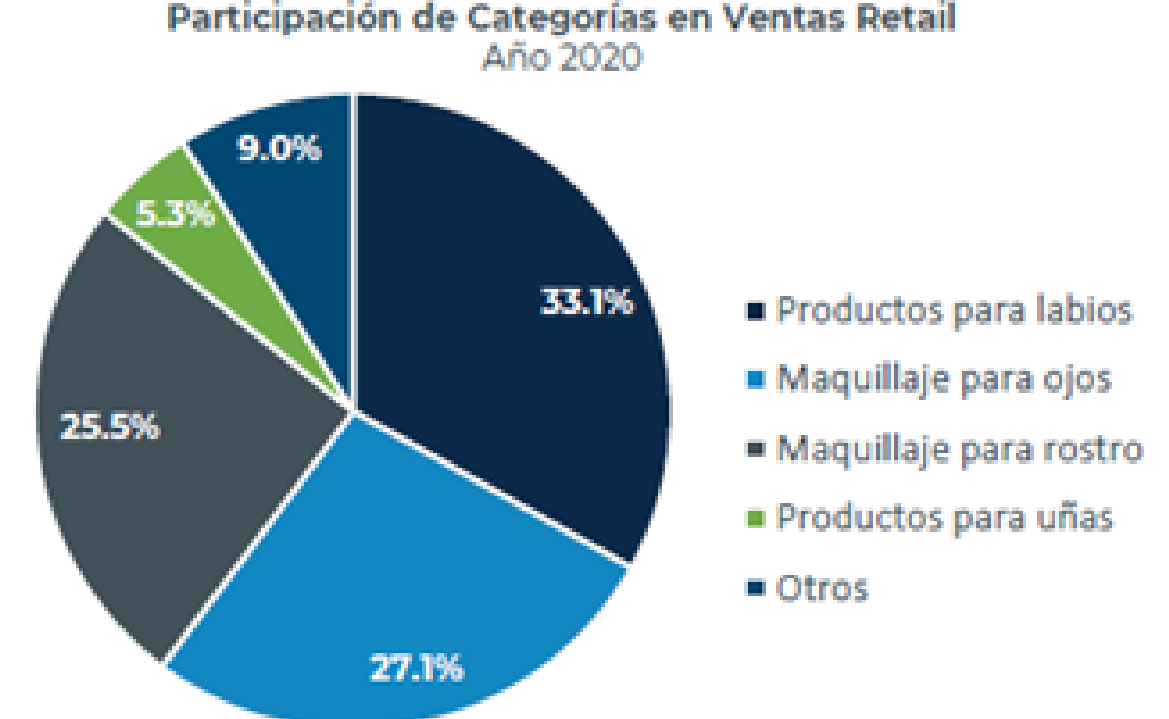
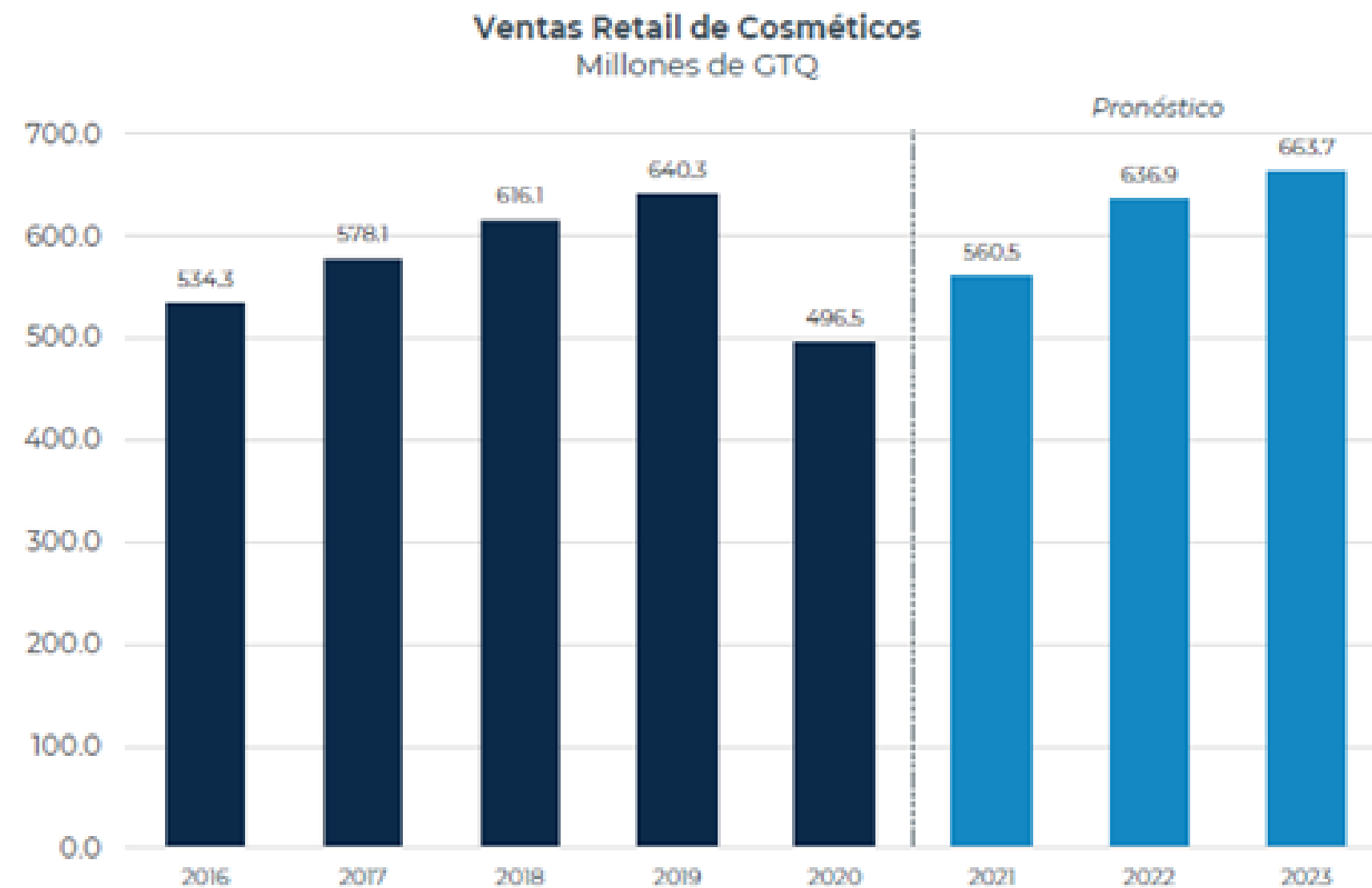
Alternativa para limitar la absorción de químicos tóxicos en nuestro organismo: Libres de plaguicidas, ingredientes modificados genéticamente, gluten. Veganos, libres de crueldad animal.

Nuestra historia



- Origen de nuestra marca Vi - vant:
 - Acrónimo de Victoria + Valentina, nombre de mis hijas
 - De la palabra francesa Vida
- Hipotiroidismo:
 - Mi diagnóstico me llevo a profundizar en los ingredientes de la cosmética que podían estar afectando mi salud
- Producto artesanal:
 - Nuestro inicio, formulas propias.
- Producto terminado:
 - Necesitábamos equipo industrial para ofrecer un producto más cercano al convencional en apariencia y funcionalidad





Canales de distribución
Año 2020

Canal	Participación
Venta basada en tiendas	35.5%
Vendedores especialistas en belleza	18.4%
Supermercados	6.9%
Farmacias	4.8%
Hipermercados	3.0%
Tiendas departamentales	2.3%
Venta no basada en tiendas	64.5%
Venta directa	61.4%

Oportunidad de Mercado

El mercado mundial de la belleza está en crecimiento

La belleza limpia es el segmento de más rápido crecimiento, con consumidores más jóvenes impulsando el cambio hacia productos éticos, transparentes y sostenibles.

\$12,49 millones en 2024

\$21.83 millones en 2034.

Tasa de Crecimiento anual compuesto (CARG) 6.4% 2025-2034 Latinoamérica



Mercado Meta

- Mujeres de 24+ años, nivel socioeconómico A, B, C+, situación laboral activa / jubilada. Se mantienen informadas sobre las tendencias y nuevas marcas en el mercado de la belleza por medio de las redes sociales y recomendaciones, abiertas a probar productos que promuevan su bienestar y contengan ingredientes saludables, les brinden mejores resultados o beneficios recomendados por expertos o amigas cercanas.
- Profesionales de la salud que buscan brindar a sus pacientes alternativas para quienes padecen de algún problema de salud lo cual les impide utilizar maquillaje y otros productos del cuidado de la piel convencional. Anuentes a probar nuevos productos.



Tracción

Año	Unidades vendidas	Precio promedio (Q)	Crecimiento (%)
2024	358	167.88	
2025	A la fecha 350	167.88	12%

B2C Redes sociales: Instagram, WhatsApp, recomendación de boca a boca.

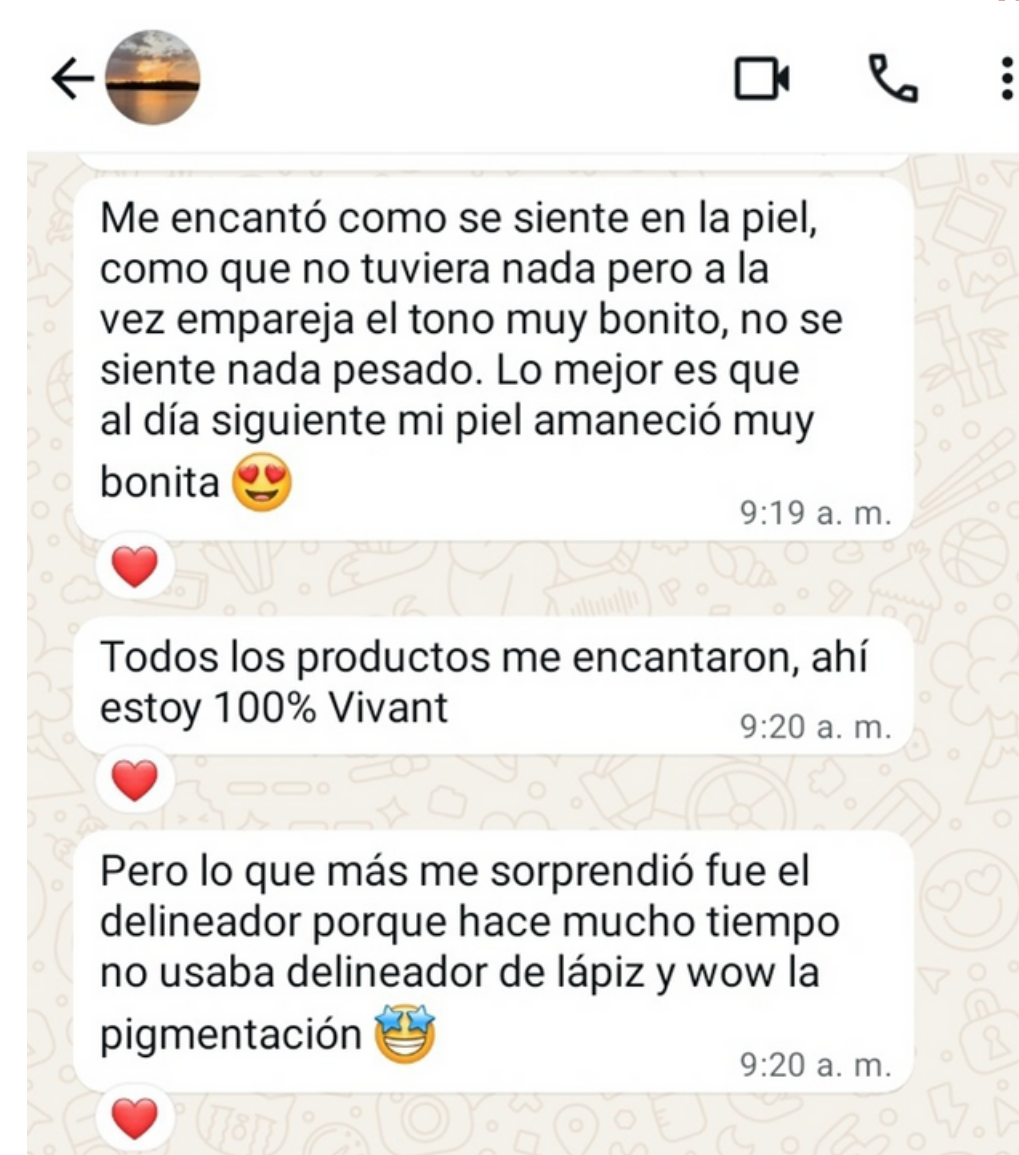
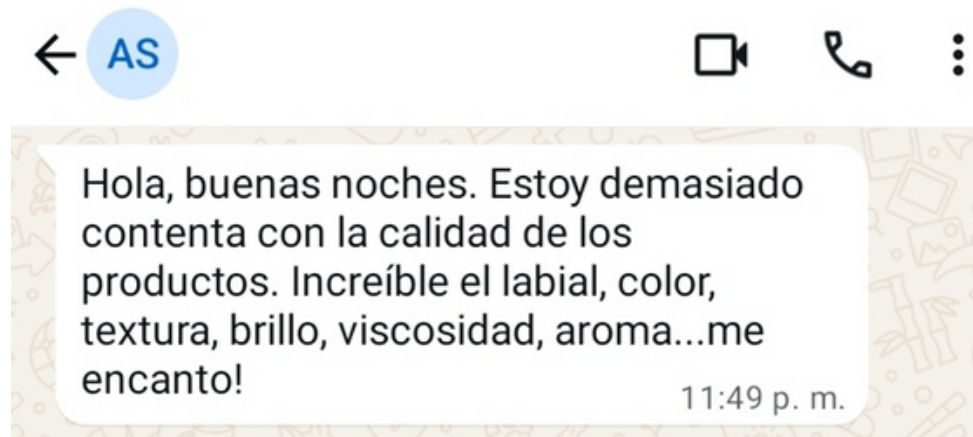
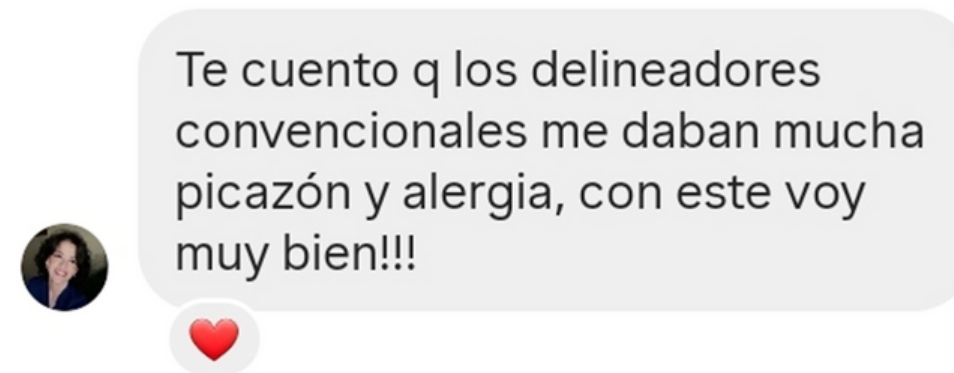
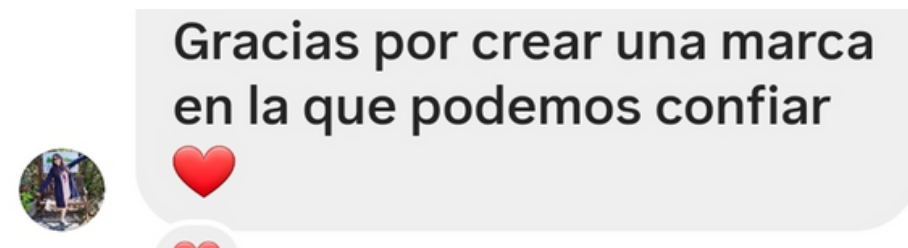
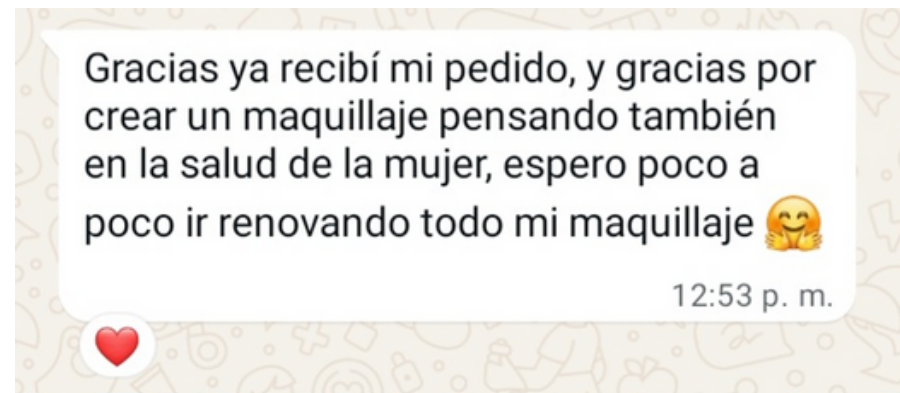
B2B 1 clínicas de cuidado de la piel.

Margen bruto: 20% con distribuidores y 35% directo al consumidor.

No se ha implementado pago de publicidad, ni estrategia de marketing.

Tracción

- Ticket promedio: Q 300.00
(USD 37.50)



Modelo de Negocio



B2C

Directo al consumidor
Página web, redes
sociales



B2B

Distribución retail:
Tiendas
departamentales,
profesionales de la
salud



Experiencia Pop-up

Experiencia inmersiva
con el consumidor
activación de marca,
lanzamiento de
producto



Alianzas

Con maquillistas
profesionales

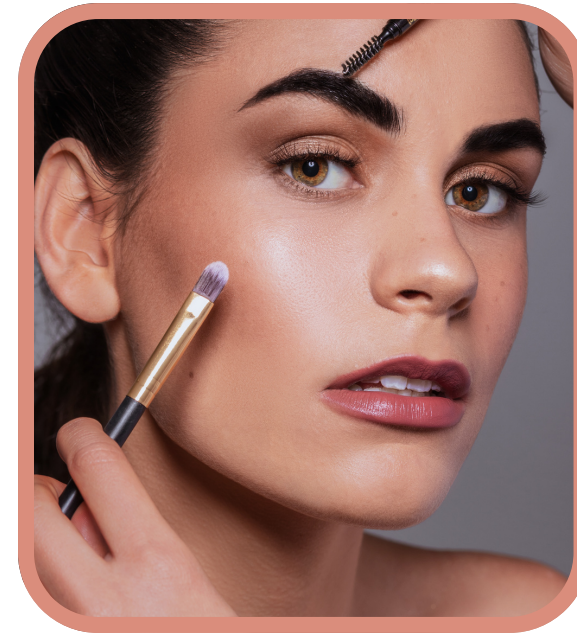
Estrategia de Marketing



**Marketing de contenidos
redes sociales,
pago de
publicidad**



**Microinfluencers
y comunidad
Página web**



**Tutoriales, lives,
demostraciones**



**Experiencias
offline**



Competidores

Directos:

- Emani (marca de estados unidos se vende por instagram, no es orgánica, ni 100% natural)
- Puro Bio (marca italiana, se vende por instagram)

Indirectos:

- Marcas de maquillaje diversas, Bashia, Mac, Revlon, Corium, Marcas posicionadas en centros comerciales y supermercados.
 - Importadores independientes que venden por instagram marcas posicionadas en Estados Unidos.
- 



El Equipo

- Diana Orantes, química farmacéutica y fundadora.
 - Asesoría externa en branding y operaciones.
- 

Buscamos

Socios estratégicos para revolucionar el mercado de maquillaje natural en Centroamérica.

Inversión:

- Empaque que responda al branding de la marca.
- Producción a escala con fórmulas propias incluyendo minerales y oligoelementos importantes para la salud especialmente cuidado de la tiroides.
- Implementación de estrategia de Marketing
- Certificaciones
- Expansión a e-commerce.
- Expansión región Centro América.



- Proyección de ventas a 3 años: crecimiento compuesto del 45% anual.
- Punto de equilibrio estimado en 18 meses tras inversión.



¡Nutrimos tu belleza natural!

Gracias.

Contact Us

 **(502) 42143046**

 **@vivant_naturlskin**
dcorantes@gmail.com