

Modelo financiero y de negocios para la ejecución de un e-commerce

Jasbleidy Malena Calderón Nossa

Naudith Natalia Quiñones Ayala

Ronaldo Rodríguez León

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Girardot (Cundinamarca)

Programa Contaduría Pública

diciembre de 2023

Modelo financiero y de negocios para la ejecución de un e-commerce

Jasbleidy Malena Calderón Nossa

Naudith Natalia Quiñones Ayala

Ronaldo Rodríguez León

Sistematización presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Asesores:

José Gregorio Fonseca Soledad

Especialista en Normas Internacionales de Información Financiera, Contador Público

Yonathan Alexander Ferreira Ramírez

Magister en Dirección y Consultoría Turística, Magister en Dirección Estratégica en

Alta Dirección, Administrador Turístico y de Emprendimiento

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Girardot (Cundinamarca)

Programa Contaduría Pública

diciembre de 2023

## **Dedicatoria**

Este trabajo lo dedicamos primeramente a Dios quien nos permite y nos da la sabiduría para llevar acabo nuestros sueños y metas, de igual manera lo dedicamos a nuestros padres por darnos la motivación y el apoyo en cada etapa de nuestras vidas, también a la corporación universitaria minuto de Dios y a todos los profesores y colaboradores quienes han sido pieza fundamental de nuestro aprendizaje y formación profesional durante todo el proceso, finalizo dedicando este trabajo a todas las personas que nos han apoyado y motivado para obtener nuestro título profesional.

## **Agradecimientos**

Primeramente damos gracias a Dios, por siempre estar presente y darnos la sabiduría para llegar a culminar este gran logro por el cual hemos trabajado fuertemente para obtener nuestro título profesional, además agradecer a nuestros familiares quienes son los pilares fundamentales y nuestra mayor motivación día tras día, de igual manera, agradecemos de antemano a todos los profesores y asesores que nos acompañaron y nos guiaron, aportando todo su conocimiento y experiencia en el ámbito profesional y personal.

**Tabla de contenido**

CAPITULO .....	15
Planteamiento del problema .....	15
Objetivo General .....	15
Objetivos Específicos .....	15
Justificación.....	16
Marco teórico .....	17
Marco legal.....	19
Metodología .....	23
Marca Corporativa.....	25
1.1.1        Eslogan .....	25
1.1.2        Logo .....	26
1.1.3        Página Web .....	26
Catalogo .....	27
Actores involucrados.....	29
CAPITULO .....	30
Estructura del Modelo de Reconstrucción de la Experiencia.....	30
Matriz de Planeación .....	30
Modelo de divulgación de la experiencia.....	31
1.1.4        Análisis del entorno (PESTAL) .....	33
Módulo Análisis Del Sector .....	34
Segmentación del mercado.....	34
1.1.5        Geográfico:.....	34

1.1.6	Demográfico .....	34
1.1.7	Cliente .....	35
1.1.8	Competencia.....	35
	Estrategias de Mercado .....	36
CAPITULO .....		37
	Momentos históricos y experiencias .....	37
	Aprendizajes .....	37
1.1.9	Resultados encuesta realizada .....	39
	Estrategias de Distribución.....	42
	Canal de distribución de venta indirecta .....	42
1.1.10	Estrategias de Precio.....	43
1.1.11	Estrategias de Promoción .....	43
1.1.12	Estrategias de Comunicación.....	43
1.1.13	Estrategias de Servicio.....	44
	Presupuesto del Marketing Mix. ....	44
	Estrategias de Aprovisionamiento.....	47
1.1.14	Flujo grama etapas de aprovisionamiento .....	47
	Listado de precios al por mayor empresa Ritual Botánico.....	48
	Listado de precios al por mayor empresa Anyeluz .....	49
	Precios de venta Keratina Ritual Botánico.....	51
	Ilustración 19.....	51
	Ficha Técnica Productos .....	52
	Diagrama de Flujo o Descripción del Proceso .....	57

Necesidades y Requerimientos.....	58
Recursos físicos:.....	58
Recurso humano.....	58
Estructura Organizacional.....	58
1.1.15    Organigrama.....	58
1.1.16    Perfil del Cargo.....	59
Modulo Financiero.....	62
1.1.17    Proyección de Ventas.....	63
1.1.18    Costos de cada producto o servicio.....	65
1.1.19    Punto de equilibrio.....	65
1.1.20    Van & Tir Del Proyecto.....	66
Conclusiones e impactos.....	67
Referencias.....	69
Anexos.....	70

### Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Eslogan.....	25
Ilustración 2 Logo .....	26
Ilustración 3. Página web, historia .....	26
Ilustración 4 Pagina web .....	27
Ilustración 5 Portada catalogo .....	28
Ilustración 6 cronograma.....	31
Ilustración 7. Encuesta pregunta 1. Elaboración propia.....	39
Ilustración 8. Pregunta 2.....	39
Ilustración 9, pregunta 3.....	40
Ilustración 10. Pregunta 4.....	40
Ilustración 11.Pregunta 7 y 8.....	41
Ilustración 12- Pregunta 13 .....	41
Ilustración 13.Estrategia de Distribución .....	42
Ilustración 14. Precio publicidad Facebook .....	45
Ilustración 15 Cotización de equipos tecnológicos .....	46
Ilustración 16. Flujograma etapa de aprovisionamiento .....	47
Ilustración 17. Precio costo Keratina.....	48
Ilustración 18 tabla de precios.....	49
Ilustración 19 precios de venta keratina .....	51
Ilustración 20 Diagrama de Flujo.....	57
Ilustración 21. Organigrama.....	58
Ilustración 22.Proyección de ventas.....	63

Ilustración 23. Costo de cada producto .....65

Ilustración 24. Punto de equilibrio .....66

## Índice de tablas

Tabla 1. Marco legal.....	21
Tabla 2. Análisis del entorno.....	33
Tabla 3. Competencia.....	35
Tabla 4. Presupuesto marketing mix .....	44
Tabla 5. Proveedores .....	47
Tabla 6 Ficha tecnica Ritual Botanico .....	52
Tabla 7. Ficha tecnica Anyeluz .....	54
Tabla 8. Ficha técnica Fauno.....	56
Tabla 9. Perfiles de cargo.....	59
Tabla 10 VAN Y TIR.....	66

### Tabla de Gráficos

Gráfico 1 Actores Involucrados.....	33
Gráfico 2 DOFA.....	36

## Resumen

Este trabajo se focaliza en desarrollar un modelo financiero y de negocios para el E-commerce "Estilion R, J, N", con el objetivo de establecer una presencia sólida y sostenible en el mercado de cosméticos veganos, tanto en la Provincia del Alto Magdalena como a nivel Nacional.

Actualmente la creciente demanda de productos cosméticos veganos, impulsada por la preferencia de los consumidores por opciones éticas y sostenibles. Las tendencias del mercado subrayan la importancia de estrategias efectivas de comercio electrónico, especialmente en el sector de cosméticos veganos, donde la experiencia del cliente y la confianza son piezas fundamentales para nuestro posicionamiento dentro del sector.

Colombia tiene regulaciones importantes para las operaciones legales y éticas en el comercio electrónico y en la industria cosmética. Las cuales conoceremos e implementaremos de forma correcta teniendo en cuenta que la base conceptual para el diseño de un modelo financiero y de negocios es reflejar los valores éticos y sostenibles como también las demandas del mercado, motivo por el cual siempre debemos tener en cuenta estos elementos.

El trabajo se enfocará en un análisis del mercado de cosméticos veganos, proyecciones de ventas, estructura organizacional y legal, así como en estrategias de implementación. Se espera que este modelo contribuya al éxito sostenible del E-commerce, posicionando a "Estilion R, J, N" como un referente en el mercado de cosméticos veganos en todo Colombia.

**Palabras clave:** Cosméticos veganos, E-commerce, belleza, sostenibilidad

### **Abstract**

This work focuses on developing a financial and business model for the E-commerce "Estilión R, J, N", with the objective of establishing a solid and sustainable presence in the vegan cosmetics market, both in the Province of Alto Magdalena as at the national level.

Currently the growing demand for vegan cosmetic products, driven by consumer preference for ethical and sustainable options. Market trends underline the importance of effective e-commerce strategies, especially in the vegan cosmetics sector, where customer experience and trust are fundamental to our positioning within the sector.

Colombia has important regulations for legal and ethical operations in e-commerce and the cosmetics industry. Which we will know and implement correctly, taking into account that the conceptual basis for the design of a financial and business model is to reflect ethical and sustainable values as well as market demands, which is why we must always take these elements into account.

The work will focus on a detailed analysis of the vegan cosmetics market, sales projections, organizational and legal structure, as well as implementation strategies. This model is expected to contribute to the sustainable success of E-commerce, positioning "Estilión R, J, N" as a benchmark in the vegan cosmetics market throughout Colombia.

**Keywords:** Vegan cosmetics, E-commerce, beauty, sustainability

## **Introducción**

En un mundo cada vez más consciente de la importancia de elegir opciones éticas y sostenibles, la demanda de productos cosméticos veganos ha experimentado un notable ascenso. Por tal motivo nos adentramos en la creación del siguiente modelo financiero y de negocios sólido, que no solo responda a las necesidades del mercado de cosméticos veganos, sino que también refleje un compromiso con la sostenibilidad, la legalidad y la excelencia en el servicio al cliente. Exploraremos las tendencias del mercado, estrategias de ventas online, el marco normativo colombiano y cómo estos elementos se integran para establecer a "Estilion R, J, N" como una referencia destacada en el competitivo mundo de los cosméticos veganos,

En este contexto, surge "Estilion R, J, N", un E-commerce Girardoteño comprometido con la promoción de una belleza ética y responsable en la Provincia del Alto Magdalena y a nivel Nacional, en "Estilion R,J,N", consideramos la belleza vegana como un estilo de vida natural y consciente del medio ambiente. Nuestra selección de productos no sólo le atrae por su calidad excepcional, sino que también refleja nuestro compromiso con la salud de su cabello y el bienestar de nuestro planeta. Explore nuestra tienda electrónica y descubra una variedad de opciones, desde cosméticos veganos hasta productos para el cuidado del cabello repletos de ingredientes puros y naturales.

## CAPITULO

### Planteamiento del problema

Según el portal estadístico internacional Statista asegura que el número de marcas de productos cosméticos en Colombia que incluyen productos veganos en su línea de productos está aumentando, lo que indica un potencial crecimiento del 10% para este mercado al final de 2023 (Sandoval, 2023)

Aunque la demanda de cosméticos veganos ha aumentado constantemente y el comercio electrónico ha experimentado un desarrollo favorable en Colombia, todavía existen importantes obstáculos para aquellos que buscan establecerse como líderes en este segmento de mercado.

"Estilion R, J, N" busca llenar la brecha que existe debido a la falta de opciones estables de comercio electrónico especializados en cosméticos veganos en la provincia del alto Magdalena.

De acuerdo con lo anterior se plantea la siguiente pregunta generadora de este ejercicio académico: ¿por qué la industria cosmética vegana es importante en Colombia?

### Objetivo General

Crear un modelo financiero y de negocios para la puesta en marcha de un E-commerce en la Provincia del Alto Magdalena y a nivel Nacional.

### Objetivos Específicos

- Diagnosticar el mercado, comportamiento y diferentes variables de comercialización para la empresa E-commerce Estilion R, J, N.

- Diseñar un modelo financiero con proyección de ventas para este tipo de empresa de comercio electrónico en el sector cosmético vegano.
- Implementar la estructura organizacional y legal de acuerdo con la normativa colombiana para este tipo de iniciativas empresariales.

### **Justificación**

Mediante una investigación y análisis se han identificado diferentes problemas ambientales, donde también logramos evidenciar la tendencia y conciencia de las personas con el consumo y uso de productos no testeados en animales. Es por eso que se ha implementado un proyecto enfocado en la venta y comercialización de productos veganos.

La importancia del comercio electrónico se intensifica a medida que cambian las costumbres de compra, donde la comodidad y la facilidad son cruciales. La necesidad de brindar productos de alta calidad y una experiencia de compra en línea atractiva es lo que justifica la existencia de este proyecto.

Dentro de la planificación financiera del ecommerce nos permite: planear objetivos, realizar ajustes y correcciones, detectar necesidades de financiación, controlar gastos y pagos, calcular ratios financieras. El modelo financiero es importante como elemento de planificación, herramienta de control y toma de decisiones. (Roiting, (s,f))

Los elementos del plan financiero incluyen proyecciones de ventas, ingresos y gastos, un análisis detallado de los estados financieros, provisiones de liquidez, tablas relacionadas con inversiones y deudas, análisis de inversiones y préstamos, estrategias de inversión en marketing, evaluación de costos laborales, gestión del IVA y fraccionamiento de pagos tributarios, desglose de las ventas por producto y proyecciones de su crecimiento, estimaciones de costos asociados (Roiting, (s,f))

En resumen, este proyecto se justifica al abordar la convergencia de la creciente demanda de cosméticos veganos, la necesidad de una plataforma de comercio electrónico de alta calidad y la necesidad de cumplir con las regulaciones colombianas, brindando a "Estilion R, J, N" una base sólida para su éxito y sostenibilidad en el mercado.

### **Marco teórico**

La generación Z y los millenials se han caracterizado por ser más conscientes con el consumo de productos cosméticos, de ahí el gran auge de estos. Las nuevas generaciones desean impactar al medio ambiente positivamente, dejando una huella amigable con el planeta, estos productos han sido elaborados pensando en la salud, el bienestar y la sostenibilidad, ya que son cosméticos elaborados sin ningún ingrediente animal, además lo más importante es que no son testados en animales, por tal motivo han tomado mucha fuerza impulsada por el valor diferencial que estos productos ofrecen, los consumidores han cambiado sus hábitos de compra y la creciente demanda de productos con ingredientes naturales. Se espera que el mercado crezca a una tasa compuesta anual de alrededor del 10% en el período de 2022 a 2027. Con este crecimiento, podría alcanzar un valor de US\$20.000 millones para 2027, según estudio de Informes de Expertos. (Gil, 2022)

En América Latina, Colombia se destaca por su notable esfuerzo en promover la sostenibilidad y la ausencia de maltrato animal en la fabricación y prueba de productos de belleza. En 2020, el país se convirtió en el pionero de Suramérica al prohibir las pruebas de cosméticos en animales a través de una legislación que limita la importación y venta de dichos productos. (Rodríguez, 2022)

El auge del comercio electrónico en Colombia ha transformado la manera en que las personas obtienen productos y servicios. La conveniencia, la accesibilidad y la amplia gama de opciones proporcionadas por los comercios en línea han generado un contexto propicio para el desarrollo de las empresas. Estrategias fundamentales para destacar en este mercado virtual competitivo incluyen la personalización de la experiencia del cliente, la mejora de las plataformas digitales y la utilización efectiva de las redes sociales.

Este marco teórico proporciona la base conceptual necesaria para diseñar e implementar un modelo financiero y de negocios que no solo responda a las demandas del mercado, sino que también refleje los valores éticos y sostenibles que caracterizan a "Estilion R, J, N". La empresa se posicionará de manera favorable en el mercado de cosméticos veganos con la combinación de estas dimensiones estratégicas.

### **Marco contextual**

Se realizó una investigación y análisis a nivel tecnológico sobre el manejo estructural de inventarios en línea de la distribuidora ESTILION R.J.N., en ella implementa un manejo de la plataforma e-commerce donde se garantiza la efectividad en las compras de nuestros clientes para que sea una excelente experiencia de la venta y la posventa online de nuestros clientes, brindándoles seguridad, respaldo y mejor servicio.

En el comercio electrónico se identifica un potencial crecimiento para las empresas, es por eso que se ha implementado un proyecto enfocado en la venta y comercialización de productos veganos para aportarles a las personas que están ubicadas en la Provincia del Alto magdalena.

Paralelamente, el furor del comercio electrónico ha cambiado drásticamente la forma en que los clientes acceden y adquieren productos. La facilidad de hacer compras en línea se ha

convertido en una parte integral de la experiencia del consumidor en un mundo cada vez más digital. Este cambio en los hábitos de compra presenta una oportunidad estratégica para establecer un e-commerce especializado.

La esencia del proyecto se sitúa en medio de estas tendencias y demandas del mercado, aprovechando la convergencia de la creciente preferencia por los cosméticos veganos, la transformación digital en las prácticas de compra y la necesidad de cumplir con estándares éticos y legales. La situación actual crea un entorno adecuado para el crecimiento de "Estilion R, J, N".

### **Marco legal**

La creación y gestión del comercio electrónico en Colombia se lleva a cabo dentro de un marco legal y normativo que incluye varios aspectos, desde la fundación de la empresa hasta la venta de cosméticos veganos. Los siguientes son solo algunos de los componentes principales del marco legal:

#### ***Registro y Constitución de la empresa:***

La creación legal de "Estilion R, J, N" implica que la empresa debe ser registrada ante las autoridades competentes. La elección del tipo de entidad legal, el cumplimiento de los requisitos fiscales y la obtención de un Número de Identificación (NIT) son parte de este proceso.

#### ***Normativa de comercio electrónico:***

La Ley 527 de 1999 y sus decretos reglamentarios regulan el comercio electrónico en Colombia. "Estilion R, J, N" debe cumplir con estas regulaciones, que incluyen la protección de los consumidores en línea, la validez legal de los contratos electrónicos y la responsabilidad de los intermediarios electrónicos.

#### ***Las regulaciones de la industria cosmética son las siguientes:***

En Colombia, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) regula la producción y distribución de cosméticos. "Estilion R, J, N" debe asegurarse de que sus productos cumplan con los requisitos de registro y calidad establecidos por INVIMA, asegurando la seguridad y eficacia de los cosméticos veganos que ofrece.

**Protección de información personal:**

Normas colombianas para la protección de datos personales. "Estilion R, J, N" debe implementar políticas y prácticas que protejan la privacidad de los datos de los clientes y cumplan con las normas legales sobre el manejo de datos personales.

**Ética para la Publicidad y la Comunicación:**

La publicidad de bienes y servicios en Colombia está regulada por el Código de Ética de la Publicidad. "Estilion R, J, N" debe seguir estos principios al crear estrategias de marketing y publicidad para sus cosméticos veganos.

**Cumplimiento de estándares éticos y sostenibles:**

Dado que los cosméticos veganos son éticos y sostenibles, "Estilion R, J, N" debe cumplir con estándares y certificaciones reconocidas que respalden la autenticidad y responsabilidad de sus productos.

Este marco legal establece las bases para que "Estilion R, J, N" opere en el mercado de cosméticos veganos de manera legal, ética y transparente, asegurando la confianza y la seguridad de los consumidores y las autoridades reguladoras.

Nuestra empresa está constituida como comercio electrónico con el código CIU número 4791 Las actividades establecidas por la Cámara de Comercio y la DIAN, según el código correspondiente, engloban las siguientes:

- ❖ La comercialización directa por medio de internet.

- ❖ Las subastas realizadas a través de plataformas en línea.

El comercio al por menor en Internet es una forma de venta minorista que se realiza a través del envío de productos a los consumidores a través de correo o internet. Esta forma de comercio se ha vuelto cada vez más popular debido a la facilidad de compra que ofrece, así como a su amplia variedad de productos disponibles. Esta forma de comercio también se conoce como ventas por correo, ventas por catálogo y ventas por internet. Tomado de (Infoempresas, (s,f))

### **Tabla 1**

*Tabla 1. Marco legal*

<b>Marco legal de un E-commerce</b>
Ley 73 de 1981 - Distribución de bienes y servicios para la defensa del consumidor
Ley 23 de 1982 - Norma sobre derechos de autor.
Ley 33 de 1987 - Protección de las obras literarias y artísticas.
Ley 170 de 1994 - Propiedad intelectual, industrial y derechos de autor - OMC
Ley 223 de 1995 - Implementación de factura electrónica y portal de pago
Ley 527 de 1999 - Ley de Comercio Electrónico
Ley 545 de 1999 - Tratado internacional de protección de propiedad industrial
Ley 565 de 2000 - Tratado de derechos de autor
Ley 599 de 2000 - Código Penal Colombiano
Ley 679 de 2001 - Prevención de explotación, pornografía y turismo sexual con menores
Ley 962 de 2005 - Racionalización de trámites y procedimientos administrativos ante el estado colombiano
Ley 964 de 2005 - Manejo óptimo de recursos públicos
Ley 1032 de 2006 - Se modifican los artículos 257, 271, 272 y 306 del Código Penal.
Ley 1065 de 2006 - Define la administración de registros de dominio.co
Ley 1143 de 2007 - Acuerdo de promoción comercial entre Colombia y Estados Unidos de América

---

Ley 1231 de 2008 - Normas para implementar factura electrónica
Ley 1266 de 2008 - Disposiciones que implementan el habeas data
Ley 1273 de 2009 - Modificación del Código Penal en protección de la información y datos
Ley 1341 de 2009 - Ley de TIC
Ley 1369 de 2009 - Establece régimen de servicios postales
Ley 1437 de 2011 - Se expide el CPACA Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo
Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor
Ley 1563 de 2011 - Estatuto de Arbitraje Nacional e Internacional
Ley 1564 de 2012 - Código General del Proceso
Ley 1581 de 2012 - Ley de protección de datos personales
Ley 1607 de 2012 -Reglamenta masificación de factura electrónica
Ley 1735 de 2014 - Medida para promover el acceso a servicios financieros transaccionales
Ley 1955 de 2019 - Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022
Ley 1978 de 2019 - Ley de modernización del sector TIC
Ley 2068 de 2020 - Modifica Ley general de turismo
Ley 2069 de 2020 - Promueve impulsar el emprendimiento en el país
Ley 2108 de 2021 - Internet como un servicio público esencial
Decreto 1441 de 1982 - ligas y asociaciones de consumidores
Decreto 1747 de 2000 - Reglamenta la firma digital
Decreto 4149 de 2004 - Se racionalizan tramites y procedimientos de comercio exterior
Decreto 1929 de 2007 - Reglamenta Estatuto Tributario y factura electrónica
Decreto 2364 de 2012 - Reglamentación de firma electrónica
Decreto 2499 de 2012 - Se declara retención en la fuente para actividades de la industria de software
Decreto Ley 019 de 2012 - Requerimientos para entidades de certificación de firma digital
Decreto 1377 de 2013 - Se reglamentó el tratamiento de datos en el ámbito personal o domestico
Decreto 1510 de 2013 - Reglamenta sistema de Colombia Compra Eficiente
Decreto 2926 de 2013 - Reglas del servicio postventa
Decreto 333 de 2014 - Establece entidades para expedir firma digital
Decreto 886 de 2014 - Se reglamenta el Registro Nacional de Bases de Datos
Decreto 1078 de 2015 - Decreto único reglamentario del sector TIC

---

Decreto 1074 de 2015 - Decreto único del sector Comercio, Industria y Turismo

---

Decreto 2242 de 2015 - Condiciones de expedición de factura electrónica y control fiscal

---

Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016 - Condiciones de expedición de factura electrónica y control fiscal

---

Decreto 587 de 2016 - Reglamenta la adquisición de bienes o servicios adquiridos a través de comercio electrónico

---

Decreto 1165 de 2019 - Reglamenta normas aduaneras

---

Decreto 1064 de 2020 - Modifica estructura del MinTIC

---

Decreto 1692 de 2020 - Reglamenta de sistemas de pago de bajo valor

---

Decreto 1234 de 2020 - Sandbox financiero

---

Decreto 278 de 2021 - Creación de zonas francas

---

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Metodología**

Este estudio se realizó mediante una metodología integral que abarca diversas fases, cada una diseñada para proporcionar información precisa para las decisiones estratégicas en la creación del modelo financiero y de negocios para el E-commerce "Estilion R, J, N".

#### **Consulta de fuentes literarias:**

Se realizará una revisión de la literatura relacionada con el comercio electrónico, la industria cosmética vegana, y las regulaciones y tendencias del mercado colombiano. Esta fase proporcionará un contexto sólido para la comprensión de los factores clave que afectan al proyecto.

#### **Análisis de Mercado:**

Se realizó un estudio de mercado detallado para evaluar la demanda de cosméticos veganos en la Provincia del Alto Magdalena y a nivel Nacional. Este análisis incluirá la identificación de la competencia, el perfil del consumidor y las tendencias actuales del mercado.

#### **Entrevistas y Encuestas:**

Se realizaron entrevistas con expertos de la industria cosmética y potenciales consumidores. Además, se llevarán a cabo encuestas para obtener percepciones y preferencias directas de los consumidores, lo que permitirá ajustar estrategias y decisiones del modelo de negocios según las necesidades del mercado.

#### **Proyección de Ventas:**

Utilizando datos recopilados y análisis de tendencias, se desarrollará una proyección de ventas detallada. Este proceso incorporará variables como la estacionalidad, cambios en la demanda y la introducción de nuevos productos.

#### **Diseño del Modelo Financiero:**

Con base en la proyección de ventas, se diseña un modelo financiero que incluirá estados financieros proyectados, análisis de costos, puntos de equilibrio y métricas clave de rendimiento. Este modelo será una herramienta para las decisiones informadas.

#### **Estructura Organizacional y Legal:**

Se establecerá una estructura organizacional eficiente que refleje las necesidades del E-commerce "Estilion R, J, N". Además, se realizará una revisión exhaustiva de la normativa colombiana para garantizar la conformidad legal en todas las operaciones del negocio.

#### **Desarrollo de Estrategias:**

Se elaborarán estrategias específicas para el marketing digital, la gestión de inventario, la logística y el servicio al cliente. Estas estrategias se alinearán con los hallazgos del análisis de mercado y serán coherentes con los valores éticos y sostenibles de "Estilion R, J, N".

#### **Implementación y Evaluación Continua:**

La implementación del modelo financiero y de negocios se llevará a cabo en etapas, permitiendo una evaluación continua de los resultados. Se identificarán indicadores clave de

rendimiento (KPIs) para medir el éxito y se realizarán ajustes según sea necesario para garantizar la adaptabilidad y el rendimiento óptimo.

Esta metodología integrada asegurará una comprensión profunda del entorno de negocios, la adecuación a las expectativas del mercado y la creación de un modelo financiero sólido y sostenible.

El proceso de sistematizar implica reflexionar sobre el pasado, analizar nuestra posición actual, evaluar nuestras acciones anteriores y encontrar nuevos conocimientos a través de la crítica y la autocrítica. La dialéctica es la transformación de la realidad. Tomado de (Undía, 2017)

Dentro de las fases metodológicas se realizó la creación del logo, eslogan, redes sociales, catalogo, correo electrónico y la página web de la tienda ESTILION JRN

## **Marca Corporativa**

### **1.1.1 Eslogan**

#### **Ilustración 1**

*Ilustración 1 Eslogan*



**Fuente:** Elaboración propia.

### 1.1.2 Logo

#### Ilustración 2

*Ilustración 2 Logo*



**Fuente:** Elaboración propia.

### 1.1.3 Página Web

#### Ilustración 3

*Ilustración 3. Página web, historia*



**Fuente:** Elaboración propia.

## Ilustración 4

### Ilustración 4 Pagina web



**Fuente:** Elaboración propia.

**Catalogo**

**Ilustración 5**

*Ilustración 5 Portada catalogo*



**Fuente:** Elaboración propia.

**Redes Sociales**

**Facebook:** [Estilonjrn@outlook.com](mailto:Estilonjrn@outlook.com)

**Instagram:** [@estilon\\_j.r.n](https://www.instagram.com/estilon_j.r.n)

**Correo Electrónico:** [estilonjrn@outlook.com](mailto:estilonjrn@outlook.com)

## Actores involucrados

Al culminar el proceso de práctica profesional y sistematización, se identificaron los siguientes participantes que apoyan activamente esta experiencia a través de recursos intelectuales, técnicos, artesanales, físicos y digitales. Los cuales son:

### Gráfico 1

*1 Grafico Actores involucrados*



**Fuente:** Elaboración propia.

Durante el proceso de la realización de la práctica contamos con el acompañamiento y asesoramiento de los docentes Marianella portillo, Gregorio Fonseca, y Yonathan Ferreira de igual manera contamos con el acompañamiento por parte del área de centro progresa con el señor Ángel María Lucero y el acompañamiento del programa legalízate por parte de la corporación universitaria minuto de Dios en compañía de la cámara de comercio de Girardot donde recibimos capacitaciones enfocadas en el desarrollo y crecimiento de microempresarios y emprendedores de la región.

## **CAPITULO**

### **Estructura del Modelo de Reconstrucción de la Experiencia**

Durante un periodo de tiempo determinado, se llevó a cabo una labor de campo práctica e investigativa en conformidad con los estándares del emprendimiento. El objetivo de esta actividad fue formalizar ideas para la puesta en marcha de un negocio y demostrar a través de un enfoque productivo el desarrollo y el logro de los objetivos establecidos. Como resultado, la sistematización se basa en el trabajo de campo realizado durante las prácticas profesionales del programa, lo que nos brinda la oportunidad de obtener experiencia en el establecimiento de negocios, respaldada por la colaboración de los actores involucrados en este proyecto.

### **Matriz de Planeación**

A continuación, presentamos el cronograma y las diferentes etapas que se realizaron de acuerdo con los parámetros establecidos para ejecución de todo el proyecto de grado.

### Ilustración 6

*Ilustración 6 cronograma*

CRONOGRAMA	AÑO 2023																
	SEPTIEMBRE					OCTUBRE				NOVIEMBR E				DICIEMBR E			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CONSTRUCCION DE LA SISTEMATIZACION	■	■	■	■													
PRESENTACION DE LA PROPUESTA ANTE EL COMITE				■													
EVALUACION DE LA PROPUESTA				■													
EMISION CONCEPTO DEL JURADO				■													
CONSTRUCCION DE SISTEMATIZACION						■	■	■	■	■	■	■	■	■			
SOLICITUD FECHA DE SUSTENTACION														■			
REVISION JURADOS															■		
SUSTENTACION																■	
AJUSTES FINALES																	■

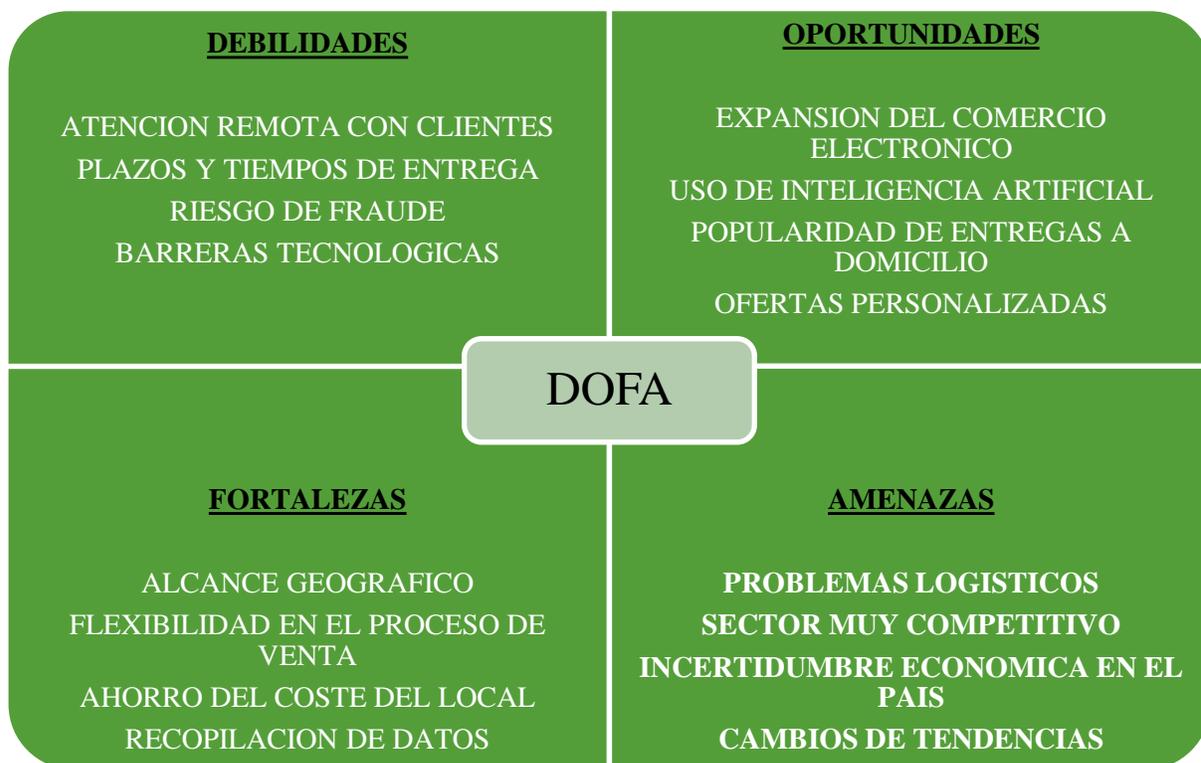
**Fuente:** Elaboración propia.

### Modelo de divulgación de la experiencia

Se ha tomado la decisión de sistematizar el proceso de emprendimiento reconstruyendo las experiencias pasadas. El proyecto será archivado en la biblioteca de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

**Gráfico 2**

*2 Grafico DOFA*



**Fuente:** Elaboración propia.

La matriz ofrece un resumen de los factores internos (fortalezas y debilidades) y (externos oportunidades y amenazas).

### 1.1.4 Análisis del entorno (PESTAL)

Tabla 2. Análisis del entorno

	ASPECTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>ECONOMICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento tasa de intereses.</li> <li>• tasa de inflación</li> </ul>	<p>Incentivar el ahorro en las personas para hacer una compra con mayor conciencia.</p> <p>Un reajuste de precios estratégicos por la empresa, reestructurar la segmentación y el posicionamiento del mercado.</p>	<p>La reducción de compras por tarjetas de banco. Los productos tienen alta subida de precios, por lo cual disminuyen el consumo de estos.</p>
<b>POLITICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulaciones</li> <li>• políticas</li> </ul>	<p>Los intereses del gobierno nacional en incentivar y fomentar el comercio electrónico.</p>	<p>Las intenciones del gobierno en generar políticas y regulaciones sobre el sector.</p>
<b>SOCIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tic</li> <li>• Cultura digital</li> </ul>	<p>Las intenciones del gobierno nacional en cuanto ampliar los indicadores de acceso a internet, les abre posibilidades a los negocios digitales en Colombia.</p>	<p>Impacto en cuanto a actos criminales y fraudes en medios digitales sobre la población en Colombia.</p>
<b>TECNOLÓGICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conectividad</li> <li>• Panorama comercial</li> </ul>	<p>La cultura y hoy en día la capacidad constante que tienen las personas al acceso a canales virtuales desde sus celulares con app, de desarrollo económico y de fácil implementación</p>	<p>Poco desarrollo de la infraestructura y la industria logística del país, que genera por ejemplo el incumplimiento de las promesas de entrega.</p>
<b>AMBIENTALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores contaminantes</li> <li>• Calentamiento global</li> </ul>	<p>Productos no testeados en animales, reducción de papel y el plástico en la operación de la empresa, al igual que la reducción de costos por</p>	<p>No se determinan amenazas significativas de forma directa.</p>

		desplazamiento de las personas.	
<b>LEGALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas jurídicas</li> <li>• Régimen normativo</li> </ul>	La presión que realizan los startups que dan buenos resultados ejemplo Merqueo.com Rappi.	La inexistencia de un régimen normativo que regule las condiciones micro mecenazgo.

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Módulo Análisis Del Sector**

En un movimiento que aboga por un estilo de vida más natural, saludable y respetuoso con el medio ambiente, las corrientes del mercado de productos cosméticos veganos, que son aquellos productos de belleza que no han sido sometidos a pruebas en animales., lo que significa que están hechos solo con ingredientes naturales.

### **Segmentación del mercado**

#### **1.1.5 Geográfico:**

País: Colombia

Provincia: Alto magdalena

Municipios: Tocaima, Girardot, Ricaurte, Nilo, Agua de Dios, Jerusalén, Nariño y Beltrán.

#### **1.1.6 Demográfico**

Género: Masculino-femenino

Ingresos promedio:

Para consumidores

Edad: 8-45 años

Para clientes

Edad: 18-45 años

Nivel de estudio: Bachillerato, técnico, tecnólogo y profesional

Estrato socioeconómico: 1, 2, 3, 4, 5 y 6.

### 1.1.7 Cliente

Millenials son nuestros principales clientes ya que son los que se sientes atraídos por productos nuestros productos. Por eso, la tendencia de usar productos veganos se ha convertido en un auge para los clientes para identificar y relacionar productos con valores como el bienestar, salud y el respeto al medio ambiente.

### 1.1.8 Competencia

**Tabla 3**

*Tabla 3. Competencia*

Nombre de la Empresa Competidora	Ubicación	Productos o Servicios que Ofrece	Precios de los Productos y Servicios	Medios de Difusión	Imagen y Posicionamiento
<b>OLX</b>	<b>Virtual</b>	Plataforma virtual de servicio gratuito para intercambio o venta de cualquier producto nuevo	El costo lo define el vendedor	Plataforma virtual	
<b>Mercado libre</b>	<b>Virtual</b>	Plataforma de servicio pago para cualquier producto nuevo o usado	El costo varía según el tipo de vendedor	Facebook, tv, Instagram	
<b>Merqueo</b>	<b>Virtual</b>	Plataforma para compra de productos de consumo diario	El precio es el que usualmente podemos encontrar en un supermercado o tienda	Facebook, tv, Instagram	

<b>Mercadoni</b>	<b>Virtual</b>	Plataforma para compra de productos diarios en el hogar	Precio ajustable para poder adquirir lo que se necesita a la comodidad del hogar	Facebook, tv, Instagram	
------------------	----------------	---------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Estrategias de Mercado**

En ESTILON J.R.N, se comercializarán productos de belleza vegana y accesorios, ofertando los productos por plataformas virtuales, además se utilizará redes sociales para captar los clientes, Facebook e Instagram, con el fin de llegar a nuestro nicho de mercado, ya que la gran mayoría de las personas a las que estas dirigidas nuestros productos, permanecen gran tiempo en las redes sociales anteriormente mencionadas.

Los productos que comercializaremos son de marca veganas los cuales no tienen ingredientes de origen animal ni tampoco son testeados en animales; estos productos veganos contienen ingredientes de origen vegetal y mineral, los resultados que ofrecen estos cosméticos son excelentes gracias a que tiene un alto valor regenerativo y depurativo, de esta manera se penetra más rápido la piel aportando propiedades de una manera efectiva.

- ✓ Características: Productos con ingredientes de origen vegetal y mineral, además los empaques de entrega a los clientes son biodegradables, aportando al cuidado del medio ambiental y siendo coherentes con nuestra propuesta de valor.
- ✓ Aplicación: Cada producto tiene una etiqueta al reverso de envase exaltando las propiedades y su modo de uso.

## **CAPITULO**

### **Momentos históricos y experiencias**

En el transcurso de la práctica profesional, es importante destacar el aporte de los participantes para brindar un fácil acceso a la información y un buen manejo de los recursos para implementar los talleres informativos que nos brinda el Centro Progresá EPS. Los docentes que pueden brindarnos conocimientos de consultoría y facilitar la implementación de prácticas virtuales también pueden brindarnos conocimientos de consultoría.

Por lo tanto, nuestra práctica resulta en los siguientes datos relevantes:

Para la aprobación de la práctica profesional de emprendimiento productivo, las propuestas se presentan junto con una propuesta de negocio.

El estudio del mercado se desarrolló en el modelo de negocio porque se llevó a cabo una investigación real con posibles clientes, donde se encontraron teorías sobre la necesidad de llevar una empresa que ofrezca facilidades de compra virtual.

### **Aprendizajes**

El desarrollo del emprendimiento productivo proporciona importantes aprendizajes en diversos campos incluyendo el académico, personal, profesional y empresarial. Estas experiencias nos han permitido aplicar los nuevos conocimientos, habilidades y técnicas adquiridas durante la capacitación brindada por la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Esta formación consolidó conocimientos previos, especialmente conocimientos provenientes de la experiencia práctica, y generó expectativas positivas para la puesta en marcha del emprendimiento.

Contribuciones significativas y lecciones aprendidas:

- ✓ En el ámbito humano: se enfatiza el valor del servicio como factor fundamental en la formación del individuo y de la humanidad. Ofrecer productos que contienen principios activos y modelos de negocio innovadores centrados en la venta online resalta la importancia del contacto directo con los consumidores. Reconocer errores y dificultades y aprender a escuchar críticas constructivas son fundamentales para el crecimiento personal y profesional.
- ✓ Aspecto social: Desde una perspectiva social, el emprendimiento contribuye al desarrollo sostenible, vinculando la protección ambiental, el desarrollo social y el crecimiento económico. Un enfoque de consumo y producción sostenible busca el uso responsable de los recursos naturales. El espíritu empresarial también aborda cuestiones sociales, teniendo en cuenta la gestión comunitaria y el desarrollo sostenible.
- ✓ Económico o tecnológico: Desde una perspectiva económica y tecnológica, el modelo de negocio de venta y posventa de cosmética vegana a través de plataformas virtuales ofrece oportunidades de inversión. Crea beneficios financieros para los empresarios, sus familias y socios, promueve el crecimiento económico y es coherente con el producto, el precio, la plaza y las estrategias de promoción.
- ✓ Componentes Clave de Aprendizaje del Perfil Profesional: El programa académico de Contaduría Pública ofrece materias que promueven el emprendimiento, la innovación, la creatividad y la ética profesional. Estas herramientas esenciales facilitan el desarrollo de modelos de negocio específicos para la venta y posventa de cosmética vegana. Este enfoque sustenta las proyecciones de carrera y vida empresarial de los estudiantes.

### 1.1.9 Resultados encuesta realizada

#### Ilustración 7

*Ilustración 7. Encuesta pregunta 1. Elaboración propia*

1. Indique genero (0 punto)

[Más detalles](#)

<span style="color: blue;">●</span> Femenino	36
<span style="color: orange;">●</span> Masculino	14



**Fuente:** Elaboración propia.

Nota: De acuerdo con los resultados obtenidos de esta pregunta se podría determinar que la mayoría de nuestros clientes son del género femenino.

#### Ilustración 8

*Ilustración 8. Pregunta 2*

2. Indique su rango de edad (0 punto)

[Más detalles](#)

<span style="color: blue;">●</span> 15-20 años	6
<span style="color: orange;">●</span> 21-30 años	28
<span style="color: green;">●</span> 31-40 años	9
<span style="color: red;">●</span> 41-50 años o mas	7



**Fuente:** Elaboración propia.

Nota: El mayor rango de edad y donde nos muestra la mayor tendencia está entre los 21 y 30 años con un total de 28 votos.

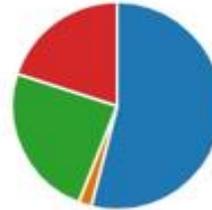
## Ilustración 9

### Ilustración 9, pregunta 3

3. ¿ usted conoce el termino de testeo animal o la certificación Leaping Bunny? (0 punto)

[Más detalles](#)

<span style="color: blue;">●</span> No, pero me gustaría saber	27
<span style="color: orange;">●</span> No, y no me interesa saber	1
<span style="color: green;">●</span> Si, conozco sobre el tema	12
<span style="color: red;">●</span> Si, y me interesa averiguar mas ...	10



**Fuente:** Elaboración propia.

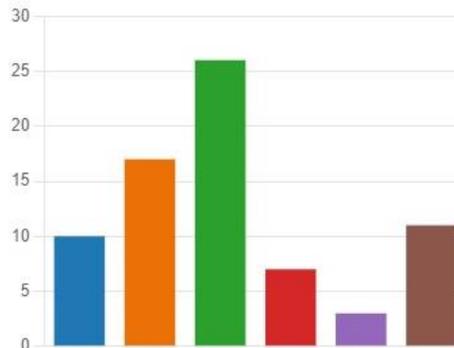
## Ilustración 10

### Ilustración 10. Pregunta 4

4. cuando usted adquiere un shampoo, ¿ cuales son los factores que determinan su compra ? (0 punto)

[Más detalles](#)

<span style="color: blue;">●</span> Precio	10
<span style="color: orange;">●</span> Calidad	17
<span style="color: green;">●</span> Especializado para su tipo de ca...	26
<span style="color: red;">●</span> Cuidado profesional	7
<span style="color: purple;">●</span> Cantidad de producto	3
<span style="color: brown;">●</span> Producto ecológico y libre de te...	11



**Fuente:** Elaboración propia.

Una gran parte de la población no conoce el termino de testeo animal o la certificación Leaping Bunny podemos evidenciar que de las 50 personas encuestadas el 27% no conocen el termino, pero les gustaría conocer sobre el tema.

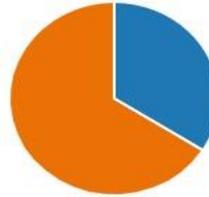
## Ilustración 11

### Ilustración 11.Pregunta 7 y 8

7. ¿ Conoce alguna marca de productos de belleza o cuidado personal que sea libre de testeo animal ? (0 punto)

[Más detalles](#)

● Si	17
● No	33



8. Si la respuesta 7 es Si, indique cuales (0 punto)

[Más detalles](#)

16  
Respuestas

Respuestas más recientes

"Anyeluz"

"Natura "

**Fuente:** Elaboración propia.

De las 50 personas encuestadas 46 están de acuerdo en que los productos de cosmética y belleza tengan certificación informando como son testeados y fabricados.

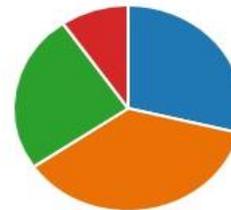
## Ilustración 12

### Ilustración 12- Pregunta 13

13. ¿Con que frecuencia compraría estos productos por internet? (0 punto)

[Más detalles](#)

● Compraría frecuentemente	15
● Compraría esporádicamente	19
● Tal vez llegaría a comprar	13
● Nunca compraría	5



**Fuente:** Elaboración propia.

Se hace evidente la falta de conocimiento y seguridad en relación a las compras por internet lo que nos da la oportunidad de trabajar y mejorar nuestro servicio enfocándonos en la experiencia y atención al cliente para que se sienta seguro y tenga la tranquilidad de realizar sus compras en nuestra tienda virtual.

### **Estrategias de Distribución**

#### **Ilustración 13**

*Ilustración 13. Estrategia de Distribución*



**Fuente:** Elaboración propia.

### **Canal de distribución de venta indirecta**

Las empresas fabricantes de productos veganos son quienes nos suministrarán los productos, por lo tanto nos abastecerán de mercancía, después nos encargaremos de empacar los productos en un empaque idóneo, además las ventas se harán por medio de plataformas virtuales a mayoristas y minoristas.

Para la comercialización de los productos se hará por medio de publicidad online por medio de las redes sociales como Facebook e Instagram, dando a conocer las características de

los productos y sus beneficios, con el fin de aumentar la visibilidad y las ventas, además compartiremos contenido atractivo para los consumidores potenciales.

#### **1.1.10 Estrategias de Precio**

El precio es asequible al público, con el fin de dar a conocer los productos y generar un alto flujo de ventas.

Las condiciones de pago son por medio de plataformas como Daviplata, Nequi, Cuenta de ahorros y pago contra entrega, con estas condiciones aumentamos la confiabilidad de nuestros clientes, además compartiremos el tipo estimado de entrega de los productos por medio de la empresa transportadora.

Una estrategia para resistir los precios es concentrarnos en nuestro nicho en la publicidad, en una buena atención al cliente contando con asesorías especializadas para aumentar la confiabilidad de los clientes.

#### **1.1.11 Estrategias de Promoción**

La estrategia de promoción que utilizaremos es el envío gratis en productos, por la compra mayor de 6 productos, se empaacan en material reciclable, desde los 3 producto los llamaremos kit de belleza, estos contarán con un precio asequible y de calidad, además daremos gratis muestras a nuestros primeros clientes para con el fin de cautivar a los clientes con otros productos cosméticos veganos.

#### **1.1.12 Estrategias de Comunicación**

ESTILON J. RN estableceremos publicidad online con el fin de disminuir el impacto ambiental con la publicidad física como volantes, entre otros, siguiendo con nuestra ideología disminuir costos con publicidad online y aumentaremos la visibilidad.

Las promociones serán lanzadas en un limitado para que los usuarios de las redes estén pendientes y sigan las páginas de redes sociales. Usaremos esta publicidad porque queremos hacer a portes a nuestro medio ambiente, de esta manera no contaminaremos nuestro plante, siendo así queremos impactara a la sociedad no solo a nivel local sino nacional con nuestra consciencia ambiental, también disminuir costos ya que este tipo de publicidad es altamente económica.

### 1.1.13 Estrategias de Servicio

Prestaremos un servicio posventa cada vez que un consumidor adquiera nuestros productos haremos n seguimientos y una encuesta de satisfacción de nuestros productos con el fin de atender al cliente hasta el final de la compra, y de esta manera conocer las mejoras que podemos hacer para prestar un mejor servicio.

### Presupuesto del Marketing Mix.

**Tabla 4**

*Tabla 4. Presupuesto marketing mix*

ITEM	INVERSION
Equipos de computo	0
Software	2.000.000
Muebles	1.000.000
Equipos de oficina	400.000
Aire acondicionado	0
Otros equipos	0
<b>TOTAL</b>	<b>3.400.000</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**Ilustración 14**

*Ilustración 14. Precio publicidad Facebook*

← Impulsar publicación ?

---

**Presupuesto diario**

<b>\$5 000</b>	👤 Alcance estimado: 48,1 mil - 139 mil Promocionar durante 3 días	<input checked="" type="radio"/>
<b>\$10 000</b>	👤 Alcance estimado: 96,2 mil - 278 mil Promocionar durante 3 días	<input type="radio"/>
<b>\$15 000</b>	👤 Alcance estimado: 138,9 mil - 401,3 mil Promocionar durante 3 días	<input type="radio"/>
<b>\$20 000</b>	👤 Alcance estimado: 173,6 mil - 501,7 mil Promocionar durante 3 días	<input type="radio"/>
<b>\$24 000</b>	👤 Alcance estimado: 201,4 mil - 582 mil Promocionar durante 3 días	<input type="radio"/>

[Seleccionar presupuesto personalizado >](#)

**Publicar este anuncio en Instagram**

Al tocar el siguiente botón, aceptas las condiciones y políticas de Facebook. [>](#)

**PROMOCIONAR**

**Fuente:** Elaboración propia.

## Ilustración 15

### Ilustración 15 Cotización de equipos tecnológicos



Suministro confiable, porque eres importante para nosotros.

Bogotá. D.C. 1 de febrero de 2023

Señor  
**RONALDO RODRIGUEZ**  
Ciudad

Buen día, Sr. Rodríguez

En atención a su solicitud del Ing. Javier Rojas, estamos cotizando :

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
1	LENOVO THINKCENTRE M90A CORE I5 10500(3,1GHZ)16GB-1TB+16GB OPTANE-PANTALLA 23.8"-WINDOWS 10 PRO Garantía: 3 AÑOS	5.553.000	\$ 5.553.000
1	AIO LENOVO V50A-24IMB, Intel Core i5 10400T, SSD 256GB, DDR4 8GB, DVD RW, Pantalla 23.8" FHD IPS, Windows 10 Pro, Black. 1 Año de Garantía	4.395.000	\$ 4.395.000
1	AIO LENOVO V30A-22IIL, Intel Core i5 1035G1, Disco Duro 1TB + SSD240, DDR4 8GB, DVD RW, Pantalla 21.5" FHD LED, Windows 10 Pro, Black	4.190.000	\$ 4.190.000

#### CONDICIONES COMERCIALES

I.V.A. 19% POR INCLUIR  
ENTREGA Inmediata  
PAGO CONTADO

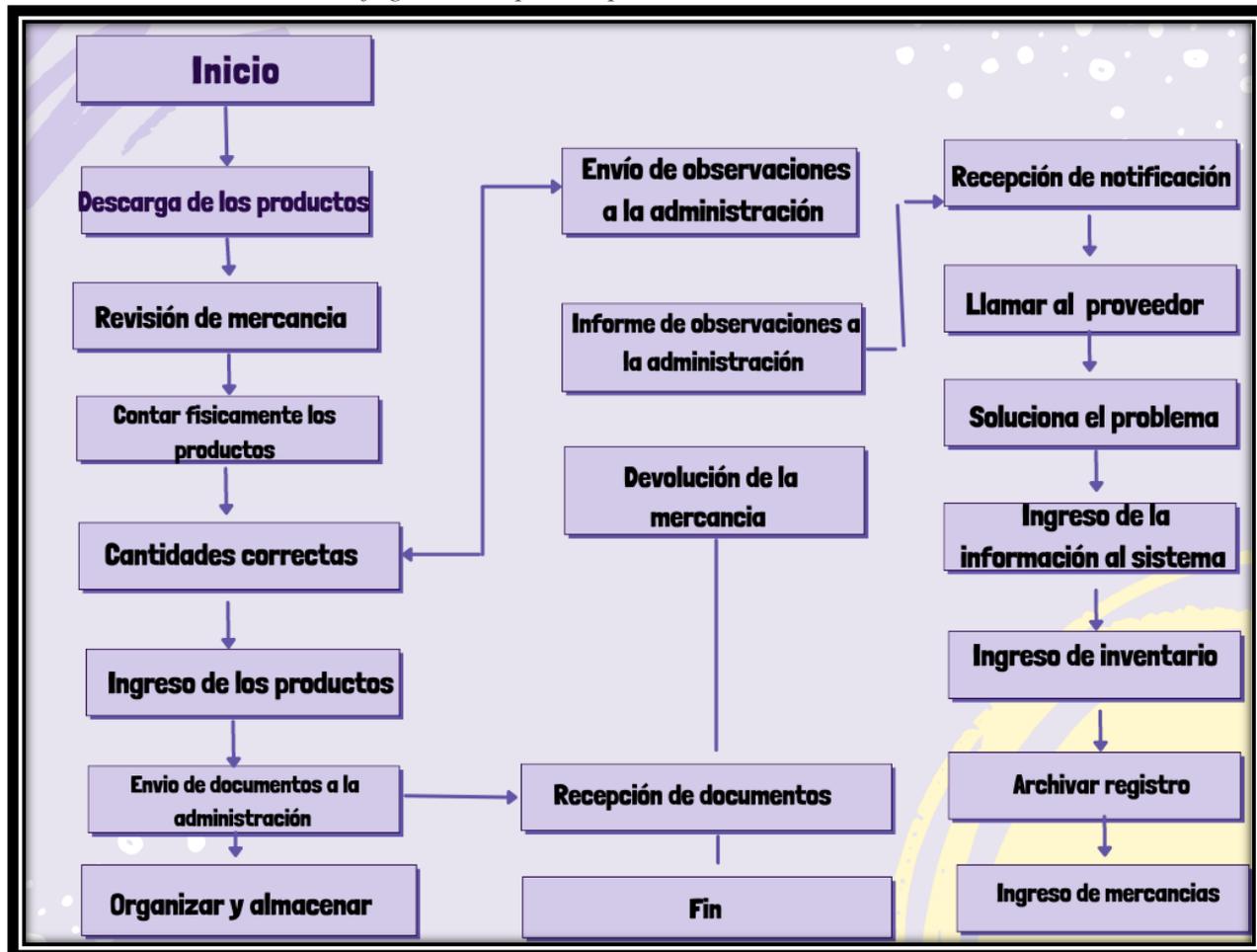
Quedamos atentos a su confirmación y en espera de sus comentarios,

**Fuente:** Elaboración propia.

## Estrategias de Aprovisionamiento

### 1.1.14 Flujo grama etapas de aprovisionamiento

Ilustración 16. Flujograma etapa de aprovisionamiento



Fuente: Elaboración propia.

Tabla de proveedores, productos, precios de venta y modalidades de pago

Tabla 5

Tabla 5. Proveedores

Productos	Valor unitario	Precios de ventas	Utilidad	Modalidad de pago
Kit limpieza facial fauno	\$55.000	\$66.900	\$11.900	Contado
Crema para peinar Anyeluz	\$27.000	\$35.000	\$8.000	Contado

Servicio de aplicación de keratina	\$ 40.000	\$ 150.000	\$110.000	Contado
Tónico anticaída anti caspa Anyeluz	\$55.000	\$70.000	\$15.000	Contado
Keratina 250ml	\$40.000	\$60.000	\$20.000	Contado
1 Litro	\$ 105.000	\$150.000	45.000	
Oleo antiedad facial y corporal Anyeluz	\$44.000	\$55.000	\$11.000	Contado
Pestañina Anyeluz	\$20.000	\$30.000	\$10.000	Contado
Alisador progresivo 440ml.	\$21.385	\$32.900	\$11.515	Contado
Kit dúo protector nutrición y crecimiento fauno	\$37.570	\$57.800	\$20.270	Contado

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Listado de precios al por mayor empresa Ritual Botánico.**

#### **Ilustracion 17**

*Ilustración 17. Precio costo Keratina*

**Ritual Botánico**  
 Belleza Natural

**KERATINA ORGÁNICA**  
 Precios mayoristas

**ALISADO CAPILAR**

**120 Mb PERSONAL**  
 No incluye envío

**250 Mb MEDIANA**  
 No incluye envío

**1 LITRO GRANDE**  
 No incluye envío

Producto	+ DE 6	+ DE 12	+ DE 24	+ DE 48	+ DE 100
120 Mb Personal	\$31.500 C/U	\$28.000 C/U	\$26.250 C/U	\$24.500 C/U	\$23.335 C/U
250 Mb Mediana	\$54.000 C/U	\$48.000 C/U	\$45.000 C/U	\$42.000 C/U	\$40.000 C/U
1 Litro Grande	\$135.000 C/U	\$120.000 C/U	\$112.500 C/U	\$105.000 C/U	\$100.000 C/U

**Listado de precios al por mayor empresa Anyeluz**

**Ilustracion 18**

*Ilustración 18 tabla de precios*



## LISTA DE PRECIOS

PRODUCTOS	Precio por Mayor	Precio a Detal	Ganancia	% de Ganancia
SHAMPOO CEBOLLA	\$ 32.000	\$ 40.000	\$ 8.000	25%
SHAMPOO ALOE VERA	\$ 23.000	\$ 31.000	\$ 8.000	35%
SHAMPOO GUSANO SEDA	\$ 23.000	\$ 31.000	\$ 8.000	35%
SHAMPOO ANTICASPA	\$ 24.000	\$ 32.000	\$ 8.000	33%
SHAMPOO AGUACATE	\$ 28.000	\$ 35.000	\$ 7.000	25%
SHAMPOO ROMERO	\$ 30.000	\$ 38.000	\$ 8.000	27%
ACONDICIONADOR DE ALOE Y ARGAN	\$ 25.000	\$ 32.000	\$ 7.000	28%
ACONDICIONADOR CEBOLLA	\$ 27.000	\$ 35.000	\$ 8.000	30%
ACONDICIONADOR ROMERO	\$ 27.000	\$ 35.000	\$ 8.000	30%
TRATAMIENTO NUTRITIVO	\$ 31.000	\$ 40.000	\$ 9.000	29%
TERAPIA CAPILAR CRECIMIENTO	\$ 33.000	\$ 42.000	\$ 9.000	27%
CÓCTEL DE FRUTAS	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 10.000	25%
CREMA PARA PEINAR	\$ 27.000	\$ 35.000	\$ 8.000	30%
TÓNICO ANTICAIDA Y ANTICASPA	\$ 55.000	\$ 70.000	\$ 15.000	27%
ÓLEO CAPILAR DE ARGAN	\$ 50.000	\$ 65.000	\$ 15.000	30%
BLINDAGEM TERMOPROTECTOR	\$ 35.000	\$ 45.000	\$ 10.000	29%
PERFUME ANYELUZ	\$ 100.000	\$ 125.000	\$ 25.000	25%
ÓLEO ANTIEDAD FACIAL Y CORPORAL	\$ 44.000	\$ 55.000	\$ 11.000	25%
GEL FRÍO ANTICELULÍTICO	\$ 27.000	\$ 35.000	\$ 8.000	30%
CREMA CORPORAL	\$ 24.000	\$ 33.000	\$ 9.000	38%
CREMA REAFIRMANTE CANNABIS	\$ 35.000	\$ 45.000	\$ 10.000	29%
BRONCEADOR CANELA	\$ 28.000	\$ 38.000	\$ 10.000	36%
BRONCEADOR ACHIOTE	\$ 28.000	\$ 38.000	\$ 10.000	36%
ACONDICIONADOR MINI	\$ 5.000	\$ 8.000	\$ 3.000	60%
SHAMPOO DE CEBOLLA MINI	\$ 5.000	\$ 8.000	\$ 3.000	60%
CÓCTEL DE FRUTAS MINI	\$ 5.000	\$ 8.000	\$ 3.000	60%
CREMA CORPORAL MINI	\$ 5.000	\$ 8.000	\$ 3.000	60%
CONTORNO DE OJOS	\$ 50.000	\$ 65.000	\$ 15.000	30%
JALEA FACIAL	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 10.000	25%
PESTAÑINA	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 10.000	50%
SERUM DE CEJAS Y PESTAÑAS	\$ 128.000	\$ 160.000	\$ 32.000	25%
LABIAL ANYELUZ (UNIDAD)	\$ 15.000	\$ 20.000	\$ 5.000	33%
LABIAL ANYELUZ (CAJA X 4)	\$ 50.000	\$ 65.000	\$ 15.000	30%
BALACA ANYELUZ	\$ 15.000	\$ 20.000	\$ 5.000	33%
CEPILLO BAMBOO	\$ 28.000	\$ 35.000	\$ 7.000	25%
MASAJEADOR CAPILAR	\$ 15.000	\$ 20.000	\$ 5.000	33%
GORRO TÉRMICO	\$ 24.000	\$ 30.000	\$ 6.000	25%
BETÚN INDIVIDUAL (CAFÉ / MARRON)	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 5.000	25%
BETÚN DOBLE FUNCIÓN	\$ 35.000	\$ 45.000	\$ 10.000	29%
LÁPIZ DELINEADOR DE CEJAS	\$ 16.000	\$ 20.000	\$ 4.000	25%
LÁPIZ DELINEADOR ILUMINADOR OJOS	\$ 14.000	\$ 18.000	\$ 4.000	29%
PLUMÓN DELINEADOR	\$ 12.000	\$ 16.000	\$ 4.000	33%
KIT VIAJERO (100ML)	\$ 45.000	\$ 60.000	\$ 15.000	33%
BOLSO VIAJERO ANYELUZ	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 10.000	50%
TERMO PINES	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 10.000	40%
TERMO METÁLICO	\$ 45.000	\$ 60.000	\$ 15.000	25%

**Precios de venta Keratina Ritual Botánico**

**Ilustración 19**

*Ilustración 19 precios de venta keratina*

**KERATINA ORGÁNICA**

**Ritual Botánico**  
Belleza Natural

**ALISADO CAPILAR**

**120 ML \$35.000**  
 RINDE 1 PERSONA  
 No incluye envío  
**PERSONAL**

Registro Invima NSOCC04050-21CO  
 Registro Invima NSOC 80361 - 17CO

**250 ML \$60.000**  
 RINDE 2 PERSONAS  
 No incluye envío  
**MEDIANA**

Registro Invima NSOCC04050-21CO  
 Registro Invima NSOC 80361 - 17CO

**1 LITRO \$150.000**  
 RINDE 8 PERSONAS  
 No incluye envío  
**GRANDE**

Registro Invima NSOCC04050-21CO  
 Registro Invima NSOC 80361 - 17CO

## Ficha Técnica Productos



### Ficha Técnica de Keratina Ritual Botánico

**Tabla 6**

*Tabla 6 Ficha tecnica Ritual Botanico*

Elementos	Detalles
<b>Tipo de producto</b>	Keratina orgánica
<b>Marca</b>	Ritual botánico
<b>Tamaño</b>	Keratina Ritual está disponible en presentaciones de 1 litro, 120 mililitros y 250 mililitros.
<b>Propiedades</b>	<p>Elimina el encrespamiento y deja el cabello liso y brillante.</p> <p>Conserva y sella la cutícula capilar.</p> <p>No daña la estructura del cabello como otras fórmulas de alisado.</p> <p>Tiene un efecto duradero y dura de 3 a 5 meses (según el tipo de cabello y el cuidado posterior a la queratina).</p> <p>La fórmula es completamente vegana y no contiene productos animales crueles.</p> <p>Aplicable a mujeres de 7 años en adelante.</p> <p>Seguro para usar en mujeres embarazadas o lactantes.</p> <p>No contiene formol, amoníaco y otros productos químicos.</p> <p>Aplicación sencilla.</p> <p>Incluye un champú de limpieza profunda (Paso 1) para el proceso de alisado en el paquete</p>
<b>Modo de uso</b>	Para prolongar la duración del alisado, utilice un champú sin sal, sin parabenos, con un pH neutro y preferiblemente

reparador. El Shampoo Boom Magic Hair y el Shampoo Guerreras Sin Sulfatos Fruit Wild son dos opciones excelentes. Antes de planchar o secarse el cabello después del alisado, debe aplicar protector térmico. De esta manera, se preservará la salud del cabello y se prolongará la durabilidad del proceso de queratina.

**Usos de cada tamaño** 120 ml, 250 ml. 1 litro

**Peso** 0.4 kg

**Dimensiones** 6 × 10 × 20 cm

**Fuente:** Elaboración propia.



## Ficha Técnica Tónico

**Tabla 7**

*Tabla 7. Ficha tecnica Anyeluz*

Elementos	Detalles
Tipo de producto	Tónico anticaída anticaspa
Marca	Anyeluz
Tamaño	50 ml
Propiedades	Extractos de cebolla, ajo, procapil y minoxidil 5% de naturaleza cosmética componen la fórmula del tónico capilar. Es importante destacar que, al ser un producto cosmético, el minoxidil no tiene efectos secundarios.
Descripción de producto	El Tónico Anticaída y Anticaspa activa las células capilares, lo que ayuda a prevenir la pérdida de cabello y es particularmente útil para revitalizar el cabello debilitado y fino. Se cree que proporciona energía a las células cutáneas y promueve la reparación

	<p>y protección celular. Además, tiene un efecto antienvjecimiento al estimular el metabolismo del folículo capilar, lo que contribuye al aumento de la densidad capilar tanto en hombres como en mujeres.</p> <p>Sus ingredientes activos hacen que la caspa disminuya significativamente, alivia la irritación del cuero cabelludo y proporciona hidratación, lo que reduce la producción de sebo.</p>
Modo de uso	Aplicar la cantidad deseada en el cabello realizando suaves masajes en el cuero cabelludo
Ingredientes	Procapil, Epigenetico, extracto de ajo y extracto de cebolla
Contribución medio ambiente	Libre de parabenos, no testeado en animales e ingredientes naturales



## Ficha Técnica kit

*Tabla 8*

*Tabla 8. Ficha técnica Fauno*

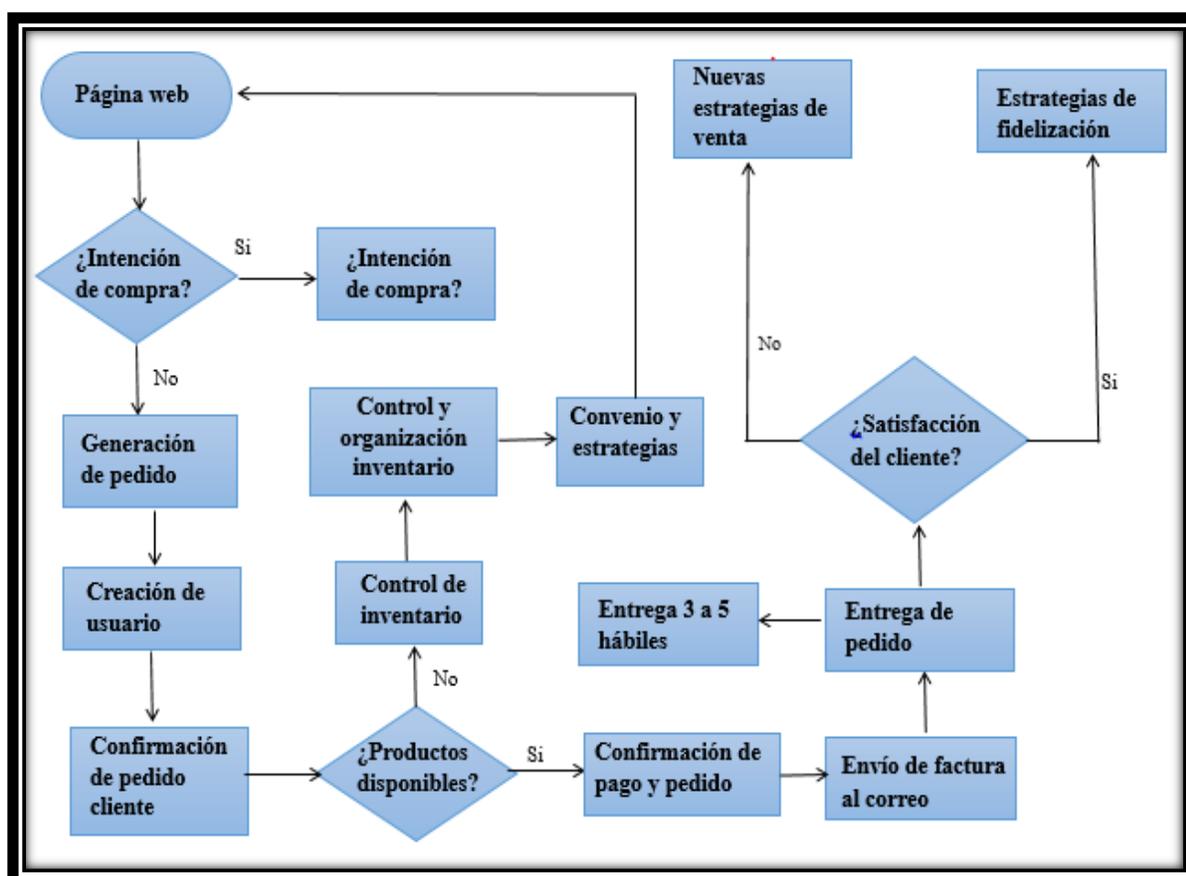
Elementos	Detalles
Tipo de producto	Kit Dúo protector (Nutrición y crecimiento)
Marca	Fauno
Tamaño	400 ml
Descripción	Dúo protector que traerá esa explosión de nutrición y vitalidad y el control que el cabello siempre busca.
Kit que incluye	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shampoo sin Sulfatos Nutrición y Crecimiento 400ml</li> <li>Fórmula 100% vegana libre de sal, sulfatos, siliconas, colorantes,</li> <li>• Alisador Progresivo Termo protector 400ml</li> </ul>

Tipo de cabello	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seco</li> <li>• Graso</li> <li>• Mixto</li> </ul>
Condición	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caída</li> <li>• Frizz</li> <li>• Volumen</li> </ul>

### Diagrama de Flujo o Descripción del Proceso

#### Ilustración 20

*Ilustración 20 Diagrama de Flujo*



## **Necesidades y Requerimientos**

**Recursos físicos:** se requiere de una instalación de donde se pueda llevar toda la operatividad esto puede ser una oficina sencilla con un espacio para contar con almacenaje de los productos

**Recurso humano:** inicialmente necesitamos contar con un equipo conformado por tres personas distribuidas a trabajar en las siguientes funciones, una persona encargada de toda la negociación con los proveedores y la búsqueda de nuevos productos y alternativas de precios, otra persona encargada de toda la publicidad en las diferentes redes sociales y el mantenimiento de la página web y la gestión de las cantidades disponibles de los productos en la página y por ultimo otra persona encargada de la atención al cliente que pueda atender inquietudes con la venta y posventa solucionar problemas de entrega entre otras tareas.

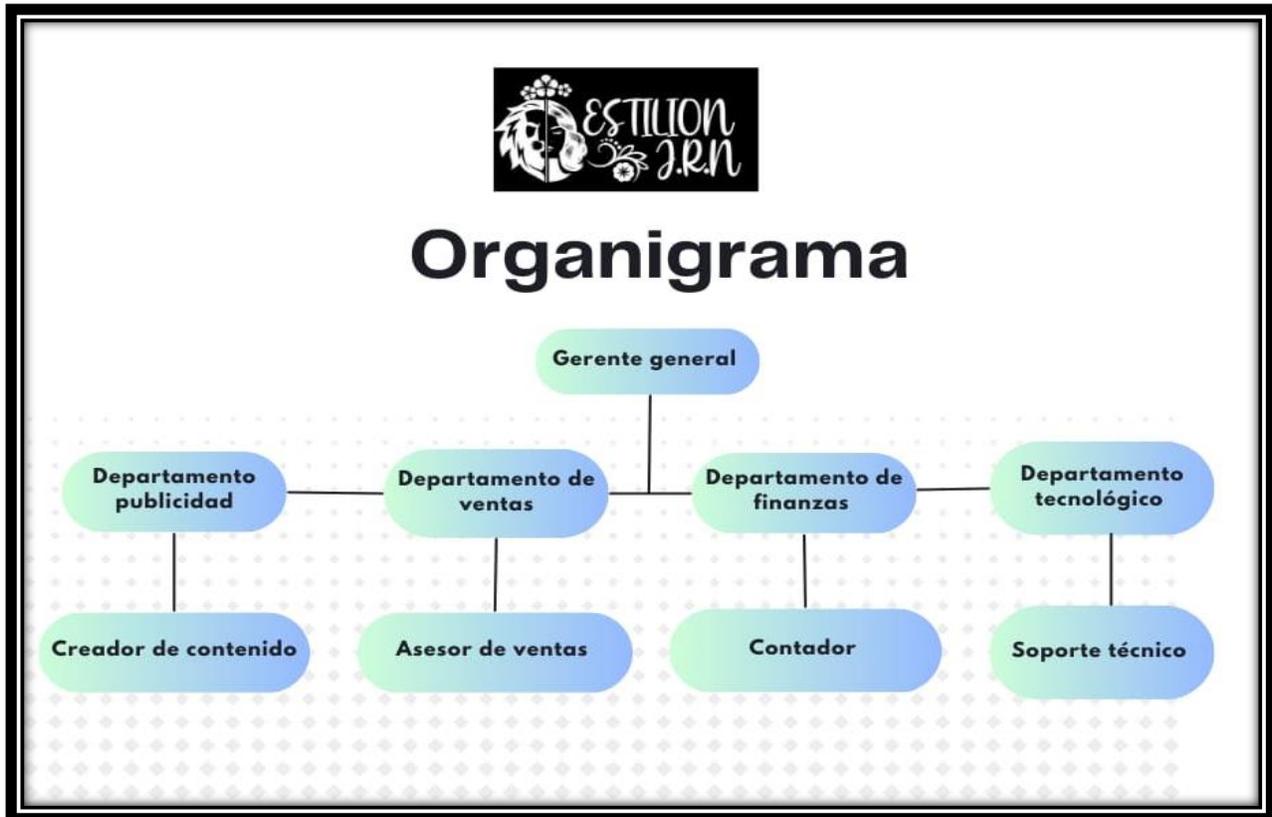
**Recurso económico:** necesitaremos 2 equipos de cómputo corporativos todo en uno, software con el módulo de CRM para tener trazabilidad de la atención a los usuarios y el manejo administrativo, también se requiere contar con muebles, equipos de oficina entre otros.

También se requiere generar alianzas con redes sociales y creadores de contenido ya que con ellos podemos llevar a cabo nuestra publicidad e impulsar el posicionamiento de nuestra tienda online.

## **Estructura Organizacional**

### **1.1.15 Organigrama.**

*Ilustración 21. Organigrama*



### 1.1.16 Perfil del Cargo

#### Tabla 9

*Tabla 9. Perfiles de cargo*

Cargo	Funciones	Salario	
Asesor de servicios	Realizar visitas y búsqueda de proveedores de servicios  Reclutar proveedores, resaltando las características de la plataforma  Gestionar solicitudes y requerimientos de los proveedores  Gestionar la comunicación entre soporte y proveedores  Capacitar a los proveedores en el manejo de la plataforma	Salario básico  Rodamiento  Horario fijo 8:00-12:00 14:00-18:00	\$1.160.000
Creador de contenido	Publicidad, marketing mix  Otras tareas administrativas	Salario básico  Horario fijo 8:00-12:00 14:00-18:00	\$600.000
Gerente/ Representante Legal	Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades del negocio para alcanzar mayor eficiencia y efectividad  Representar el negocio en materia legal,	Salario básico  Horario fijo 8:00-12:00	\$1.160.000

	comercial, contable y tributaria	14:00-18:00	
Técnico soporte	Capacitar a los proveedores en el manejo de la plataforma Gestionar y brindar soporte sobre la plataforma, aplicación y base de datos	Por prestación de servicios sin horario fijo	\$600.000
Contador público	Elaborar y presentar estados financieros, declaraciones y cumplir con todos los requerimientos contables	Por prestación de servicios sin horario fijo	\$1.160.000

### Modulo Financiero

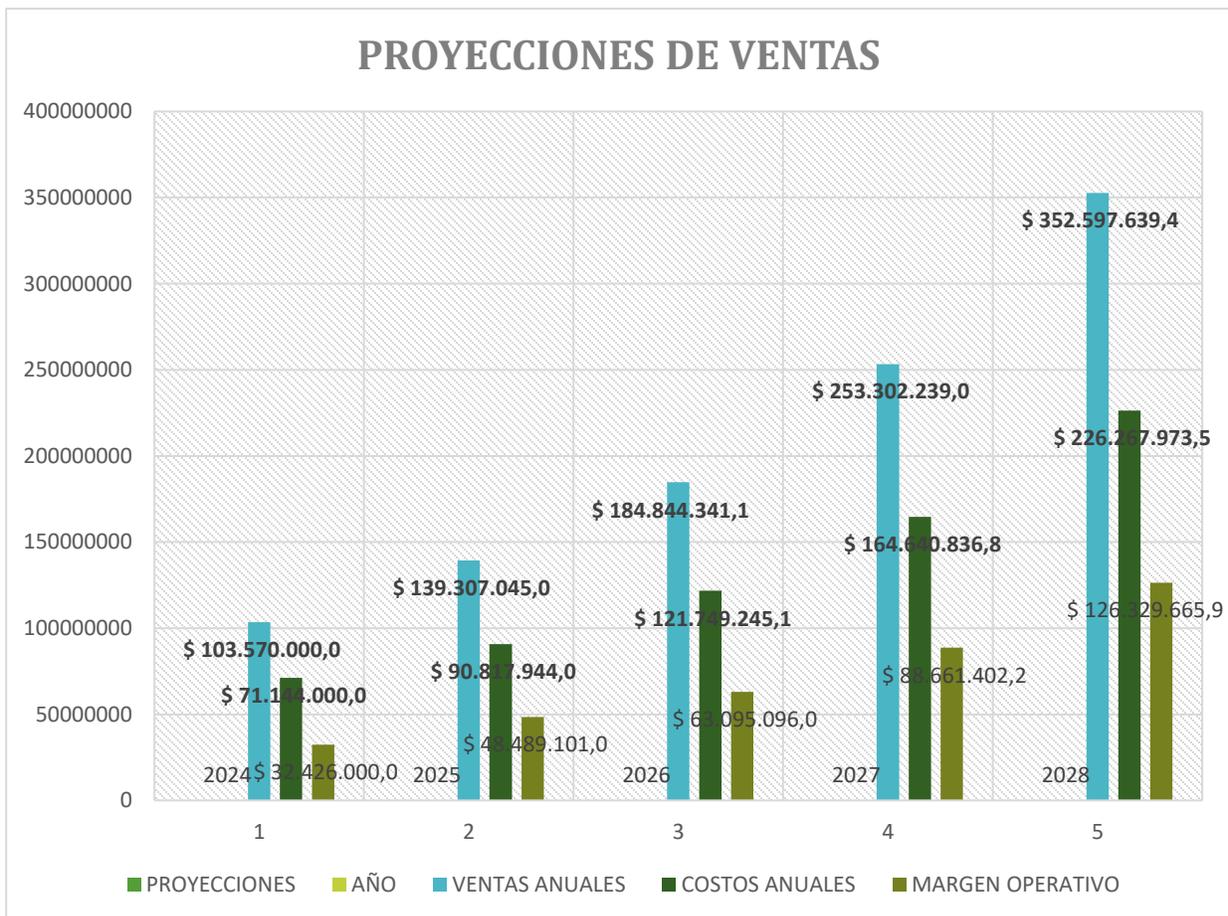
	BALANCE					
	AÑO 0	2024	2025	2026	2027	2028
<b>ACTIVO</b>						
CAJA/BANCOS	\$ 29.153.500,00	\$ 7.710.515,90	\$ 16.984.499,36	\$ 25.193.253,20	\$ 42.915.818,71	\$ 71.898.448,97
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FIJO DEPRECIABLE	\$ 12.122.958,00	\$ 12.122.958,00	\$ 12.122.958,00	\$ 12.122.958,00	\$ 12.122.958,00	\$ 12.122.958,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 1.624.591,60	\$ 3.249.183,20	\$ 4.873.774,80	\$ 6.498.366,40	\$ 8.122.958,00
ACTIVO FIJO NETO	\$ 12.122.958,00	\$ 10.498.366,40	\$ 8.873.774,80	\$ 7.249.183,20	\$ 5.624.591,60	\$ 4.000.000,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 41.276.458,00</b>	<b>\$ 18.208.882,30</b>	<b>\$ 25.858.274,16</b>	<b>\$ 32.442.436,40</b>	<b>\$ 48.540.410,31</b>	<b>\$ 75.898.448,97</b>
<b>PASIVO</b>						
Impuestos X Pagar	0 \$	- \$	- \$	2.536.703,7 \$	10.514.461,1 \$	22.714.457,1 \$
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.536.703,7	\$ 10.514.461,1	\$ 22.714.457,1
Obligaciones Financieras	\$ 30.276.458,00	\$ 25.510.648,86	\$ 20.172.942,63	\$ 14.194.711,65	\$ 7.499.092,94	\$ (0,00)
<b>PASIVO</b>	<b>\$ 30.276.458,00</b>	<b>\$ 25.510.648,86</b>	<b>\$ 20.172.942,63</b>	<b>\$ 16.731.415,31</b>	<b>\$ 18.013.554,02</b>	<b>\$ 22.714.457,14</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 11.000.000,00	\$ 11.000.000,00	\$ 11.000.000,00	\$ 11.000.000,00	\$ 11.000.000,00	\$ 11.000.000,00
Utilidades del Ejercicio	0 \$	(18.301.766,6)	(5.314.668,5)	4.711.021,1 \$	19.526.856,3 \$	42.183.991,8 \$
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 11.000.000,00</b>	<b>\$ (7.301.766,56)</b>	<b>\$ 5.685.331,54</b>	<b>\$ 15.711.021,09</b>	<b>\$ 30.526.856,28</b>	<b>\$ 53.183.991,83</b>
<b>TOTAL PAS + PAT</b>	<b>\$ 41.276.458,00</b>	<b>\$ 18.208.882,30</b>	<b>\$ 25.858.274,16</b>	<b>\$ 32.442.436,40</b>	<b>\$ 48.540.410,31</b>	<b>\$ 75.898.448,97</b>
CUADRE (ACT = PAS+PAT)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Anexo 1 balance, Autor Reyes Mauricio, DOC EAN

### 1.1.17 Proyección de Ventas

#### Ilustración 22

Ilustración 22. Proyección de ventas.



### PUNTO DE EQUILIBRIO

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	PARTICIPACIÓN % EN VENTAS TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO	PTO EQUILIBRIO POR REFERENCIA DE PDTO O SERVICIO
Keratina 1 litro	\$ 45.000,00	9%	\$ 3.910,40	109,33 UNIDADES
servicio de aplicacion keratina	\$ 50.000,00	52%	\$ 26.069,33	655,96 UNIDADES
Keratina 250 ML	\$ 20.000,00	6%	\$ 1.158,64	72,88 UNIDADES
tonico anticaida y anti caspa anyeluz	\$ 15.000,00	7%	\$ 1.013,81	85,03 UNIDADES
Kit de limpieza	\$ 21.515,00	6%	\$ 1.350,27	78,96 UNIDADES
Crema para peinar ANYELUZ	\$ 8.000,00	3%	\$ 270,35	42,52 UNIDADES
oleo antiedad facial y corporal	\$ 11.000,00	5%	\$ 584,15	66,81 UNIDADES
petañina anyeluz	\$ 10.000,00	3%	\$ 289,66	36,44 UNIDADES
ALISADOR PROGRESIVO TERM	\$ 11.515,00	3%	\$ 365,78	39,97 UNIDADES
KIT DUO PROTECTOR NUTRICI	\$ 20.230,00	6%	\$ 1.128,99	70,21 UNIDADES
				<b>1.258,12 UNIDADES</b>
<b>TOTAL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PROMEDIO PONDERADO = \$</b>			<b>36.141,37</b>	
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO = COSTOS Y GTOS FIJO/MCPP =</b>				<b>1.258,12 UNIDADES</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS (VALOR VENTAS MÍNIMAS EN \$</b>			<b>141.880.514,16</b>	

*Anexo 2 Punto equilibrio, Autor Reyes Maurico, DOC EAN*

### 1.1.18 Costos de cada producto o servicio

#### Ilustración 23

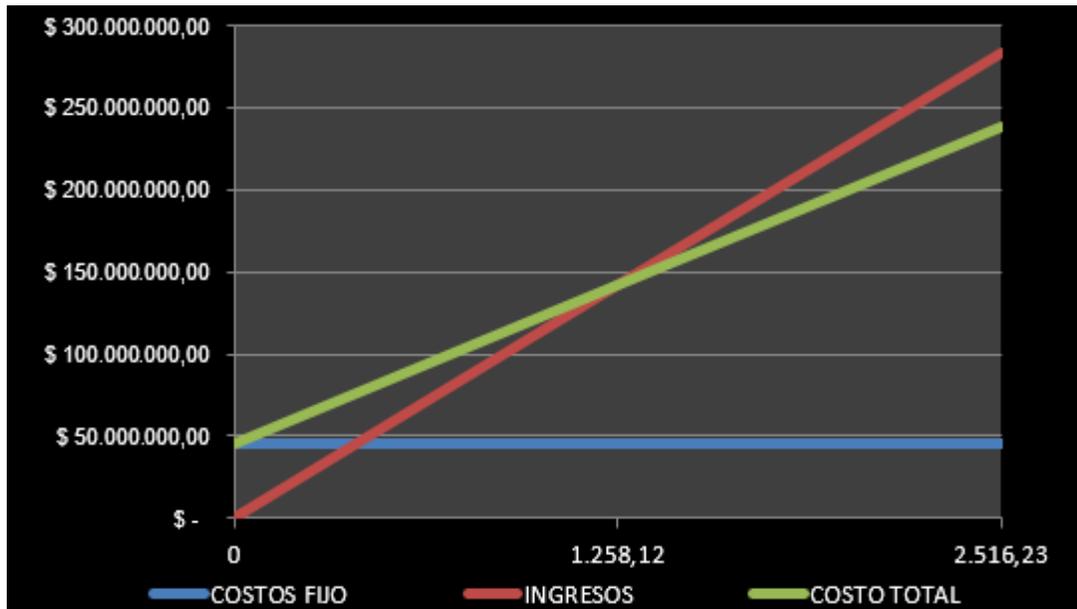
Ilustración 23. Costo de cada producto



### 1.1.19 Punto de equilibrio

#### Ilustración 24

Ilustración 24. Punto de equilibrio



Para encontrar nuestro punto de equilibrio la cantidad de unidades vendidas al mes deben ser las siguientes: 15 unidades de la marca Anyeluz, 20 de la marca ritual botánico, 20 fauno, 25 servicio de aplicación de keratina.

### 1.1.20 Van & Tir Del Proyecto

**Tabla 10**

*Tabla 10 VAN Y TIR*

<b>VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO =</b>		<b>\$90.633.865,93</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO =</b>		<b>69,42%</b>
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN:</b>	<b>7,58</b>	<b>AÑOS</b>

## **Conclusiones e impactos**

El proceso de desarrollo y consolidación del emprendimiento productivo para la creación de un E-commerce de cosméticos veganos, bajo la marca "Estilion R, J, N", ha demostrado ser una experiencia integral que abarca aspectos académicos, personales, profesionales y empresariales. La conexión entre la formación académica recibida en la Corporación Universitaria Minuto de Dios y el programa de Centro Progres se ha traducido en la aplicación práctica de conocimientos previos, generando expectativas prometedoras para la implementación exitosa del emprendimiento.

A nivel humano, se ha resaltado la importancia del servicio y la conexión con el consumidor, no solo como elementos fundamentales para la formación humana y personal, sino también como pilares que distinguen la propuesta de "Estilion R, J, N" en el mercado. El reconocimiento de errores, la capacidad de adaptación y la receptividad a las críticas constructivas han sido aprendizajes cruciales, contribuyendo al crecimiento tanto personal como profesional de los emprendedores.

En el ámbito social, el emprendimiento no solo se centra en la oferta de productos de cosmética vegana, sino que también abraza la responsabilidad ambiental y el desarrollo comunitario. La estrategia de consumo y producción sustentable no solo atiende a las demandas del mercado, sino que también establece un compromiso con la protección del medio ambiente y la contribución al crecimiento económico local.

Desde una perspectiva económica y técnica, el modelo de negocio basado en la venta online de productos de cosmética vegana ofrece oportunidades de inversión y genera beneficios

económicos, alineándose con estrategias de mercado que buscan precios competitivos y una presencia destacada en la plataforma virtual.

En términos de formación profesional, el programa académico de Contaduría Pública ha brindado las herramientas necesarias para la innovación, la creatividad y el emprendimiento. La aplicación de estas habilidades en la creación y desarrollo de "Estilion R, J, N" destaca la relevancia y pertinencia de la formación académica en el entorno empresarial actual.

La socialización de esta experiencia emprendedora refleja la capacidad de los emprendedores para integrar conocimientos teóricos con la práctica, demostrando un aprendizaje continuo y adaptativo. La retroalimentación y guía proporcionada por los docentes. (La gran casa, 2019) Desde hace décadas las mujeres siempre han buscado resaltar su belleza estando al día con las tendencias, debido a esto las grandes industrias están innovando constantemente sus productos, buscando cumplir sus expectativas.

Actualmente nos encontramos ofreciendo el servicio de aplicación de keratinas a domicilio en la ciudad de Girardot y el municipio de Flandes, representando la segunda fuente de nuestros ingresos adicionales a la remuneración que recibimos en nuestros trabajos principales, el proyecto se encuentra en etapa de estudio, planificación y financiación.

Con la ayuda de DIOS empezaremos a materializar nuestra idea de emprendimiento.

## Referencias

Diario Oficial No, 43.673. (21 de 08 de 1999). *Ley 527 de 1999*. Obtenido de funcion publica :

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4276>

Gil, M. C. (10 de 10 de 2022). *La Republica*. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/consumo/cosmetica-vegana-crecera-aproximadamente-10-cada-ano-hasta-2027-segun-estudio-3464687>

Infoempresas. ((s,f)). *infoempresas*. [https://www.infoempresas.pro/cnaes/4791\\_comercio-al-por-menor-por-correspondencia-o-internet/](https://www.infoempresas.pro/cnaes/4791_comercio-al-por-menor-por-correspondencia-o-internet/).

La gran casa. (1 de 02 de 2019). Obtenido de <https://www.grancasa.es/lifestyle/articles/descubre-el-tratamiento-de-keratina-para-tu-cabello/>

Rodriguez, D. (2 de 12 de 2022). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/ocio/la-industria-cosmetica-estima-que-los-productos-veganos-aumentaran-10-en-2023-3502144>

Roiting. ((s,f)). Obtenido de <https://www.roiting.com/blog/plan-financiero-ecommerce/>

Sandoval, Y. (16 de 07 de 2023). *VALORA*. Obtenido de

<https://www.valoraanalitik.com/2023/07/16/industria-cosmetica-vegana-se-fortalece-en-el-mercado-colombiano/>

Undía, L. D. (15 de septiembre de 2017). *scielo*. Obtenido de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1608-89212017000200003](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1608-89212017000200003)

## Anexos

### Anexo 3 Ingresos

#### INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO

	NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES	
1	Keratina 1 litro	60.00	\$ 150,000.00	\$ 9,000,000	9%
2	servicio de aplicacion keratina	360.00	\$ 150,000.00	\$ 54,000,000	52%
3	Keratina 250 ML	100.00	\$ 60,000.00	\$ 6,000,000	6%
4	tonico anticaida y anti caspa anyeluz	100.00	\$ 70,000.00	\$ 7,000,000	7%
5	Kit de limpieza	100.00	\$ 65,000.00	\$ 6,500,000	6%
6	Crema para peinar ANYELUZ	100.00	\$ 35,000.00	\$ 3,500,000	3%
7	oleo antiedad facial y corporal	100.00	\$ 55,000.00	\$ 5,500,000	5%
8	petafina anyeluz	100.00	\$ 30,000.00	\$ 3,000,000	3%
9	ALISADOR PROGRESIVO TERMOPROTECTOR 400 ML	100.00	\$ 32,900.00	\$ 3,290,000	3%
10	KIT DUO PROTECTOR NUTRICION Y CRECIMIENTO	100.00	\$ 57,800.00	\$ 5,780,000	6%
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 103,570,000</b>	<b>100%</b>

### Anexo 4 Inflación

**CRECIMIENTO PORCENTUAL EN VTAS (CANTIDADES)**

ANO:	2025	2026	2027	2028
	23.0%	23.0%	23.0%	23.0%
	42.0%	42.0%	42.0%	42.0%
	6%	6%	6%	6%
	5%	5%	5%	5%
	5%	5%	5%	5%
	3%	3%	3%	3%
	4%	4%	4%	4%
	2%	2%	2%	2%
	5%	5%	5%	5%
	5%	5%	5%	5%

ANO BASE 2024

ANO	2025	2026	2027	2028
INFLACIÓN	7.0%	3.5%	5.0%	5.0%
IPP	2.0%	5.0%	4.0%	4.0%

TASA IMPTO RENTA 35.0%

VOLVER AL MENÚ

Anexo 5 Costo de cada producto

**COSTOS DE CADA PRODUCTO O SERVICIO**

	NOMBRE DEL PRODUCTO SERVICIO	CANTIDADES	COSTO UNITARIO DEL PDTO O SERVICIO	COSTOS TOTALES	
1	Keratina 1 litro	60	\$ 105,000.00	\$ 6,300,000	9%
2	servicio de aplicacion keratina	360	\$ 100,000.00	\$ 36,000,000	51%
3	Keratina 250 ML	100	\$ 40,000.00	\$ 4,000,000	6%
4	tonico anticaida y anti caspa anyeluz	100	\$ 55,000.00	\$ 5,500,000	8%
5	Kit de limpieza	100	\$ 43,485.00	\$ 4,348,500	6%
6	Crema para peinar ANYELUZ	100	\$ 27,000.00	\$ 2,700,000	4%
7	oleo antiedad facial y corporal	100	\$ 44,000.00	\$ 4,400,000	6%
8	petañina anyeluz	100	\$ 20,000.00	\$ 2,000,000	3%
9	ALISADOR PROGRESIVO TERMOPROTECTOR	100	\$ 21,385.00	\$ 2,138,500	3%
10	KIT DUO PROTECTOR NUTRICION Y CRECIMIE	100	\$ 37,570.00	\$ 3,757,000	5%
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 71,144,000</b>	<b>100%</b>

**PROYECCIONES**

ANO	2024	2025	2026	2027	2028
VENTAS ANUALES \$	103,570,000.0	139,307,045.0	184,844,341.1	253,302,239.0	352,597,639.4
COSTOS ANUALES \$	71,144,000.0	90,817,944.0	121,749,245.1	164,640,836.8	226,267,973.5
<b>MARGEN OPERATIVO \$</b>	<b>32,426,000.0</b>	<b>48,489,101.0</b>	<b>63,095,096.0</b>	<b>88,661,402.2</b>	<b>126,329,665.9</b>

Anexo 7 Inversión inicial

**DEFINA LA INVERSION INICIAL QUE REALIZARAN PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO:**

	INVERSIÓN INICIAL
TERRENOS	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 8,000,000.00
MUEBLES Y ENSERES	
EQUIPO DE OFICINA	
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ -
FRANQUICIAS	\$ -
PATENTES /INV en INTANGIBLES	
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 4,122,958.00
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 12,122,958.00</b>

VOLVER AL MENÚ

**INCLUYA EN CADA CATEGORIA LOS COSTOS Y GASTOS FIJOS DEL PRIMER ANO. EN LOS QUE DEBERAN INCURRRIR PARA LA OPERACION DEL NEGOCIO**

Anexo 6 Financiación

**INVERSION TOTAL Y NECESIDADES DE FINANCIACION**

TOTAL INVERSIONES	\$ 12,122,958.00	TASA DE INT ANUAL CRÉDITO	12.00%	AÑOS DE CRÉDITO	5			
<b>CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO INICIAL</b>		<b>CALCULO DEL PRESTAMO</b>						
	MESES	VALOR	AÑO 0	inicial	interés	amort	cuota	final
COSTOS OPERATIVOS	3.0	\$ 17,786,000.00	2024	\$ 30,276,458.0	\$ 3,633,175.0	\$ 4,765,809.1	\$ 8,398,984.1	\$ 30,276,458.0
NOMINAS	3.0	\$ 10,440,000.00	2025	\$ 25,510,648.9	\$ 3,061,277.9	\$ 5,337,706.2	\$ 8,398,984.1	\$ 20,172,942.6
MARKETING MIX	3.0	\$ 125,000.00	2026	\$ 20,172,942.6	\$ 2,420,753.1	\$ 5,978,231.0	\$ 8,398,984.1	\$ 14,194,711.6
GASTOS FIJOS	3.0	\$ 802,500.00	2027	\$ 14,194,711.6	\$ 1,703,365.4	\$ 6,695,618.7	\$ 8,398,984.1	\$ 7,499,092.9
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 29,153,500.00</b>	2028	\$ 7,499,092.9	\$ 899,891.2	\$ 7,499,092.9	\$ 8,398,984.1	\$ -
TOTAL INVERSION		\$ 41,276,458.00						
APORTE DE LOS EMPRENDEDORES		\$ 11,000,000.00						
PRESTAMO A SOLICITAR		\$ 30,276,458.00						

VOLVER AL MENÚ

## Anexo 9 Gastos fijos

NÓMINAS:		GASTOS FIJOS:	
	VALOR AÑO 1		VALOR AÑO 1
<b>ADMINISTRATIVA:</b>	\$ 13,920,000.00	<b>ARRIENDO:</b>	
<b>VENTAS:</b>	\$ 27,840,000.00	<b>SERVICIOS PUBLICOS:</b>	\$ 1,440,000.00
<b>PRODUCCION/SERVICIO:</b>		<b>TELEFONIA CELULAR:</b>	\$ 600,000.00
TOTAL NÓMINAS	\$ 41,760,000.00	<b>INTERNET:</b>	\$ 920,000.00
<b>PRESUPUESTO DEL MARKETING MIX año de INICIO:</b>	\$ 500,000.00	<b>PAPELERIA:</b>	\$ 250,000.00
<b>GASTO PUBLICITARIO AÑOS SIGUIENTES</b>		<b>SERVICIOS DE SEGURIDAD:</b>	\$ -
2025	\$ 1,000,000.00	<b>SERVICIOS DE ASEO:</b>	\$ -
2026	\$ 2,000,000.00	polizas de seguro	\$ -
2027	\$ 3,000,000.00	Outsourcing	\$ -
2028	\$ 4,000,000.00	<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	\$ 3,210,000.00

## Anexo 8 Estado Financiero

## ESTADOS FINANCIEROS BASICOS PROYECTADOS

Todos los datos de los Estados financieros se generan de forma automática.

ESTADO DE RESULTADOS						
	2024	2025	2026	2027	2028	
VENTAS	\$ 103,570,000.0	\$ 139,307,045.0	\$ 184,844,341.1	\$ 253,302,239.0	\$ 352,597,639.4	
COSTO VENTAS	\$ 71,144,000.0	\$ 90,817,944.0	\$ 121,749,245.1	\$ 164,640,836.8	\$ 226,267,973.5	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 32,426,000.0	\$ 48,489,101.0	\$ 63,095,096.0	\$ 88,661,402.2	\$ 126,329,665.9	
GASTOS ADITIVOS Y VTAS	\$ 41,760,000.0	\$ 44,683,200.0	\$ 46,247,112.0	\$ 48,559,467.6	\$ 50,987,441.0	
GASTOS FIJOS DEL PERIODO	\$ 3,210,000.0	\$ 3,434,700.0	\$ 3,554,914.5	\$ 3,732,660.2	\$ 3,919,293.2	
OTROS GASTOS	\$ 500,000.0	\$ 1,000,000.0	\$ 2,000,000.0	\$ 3,000,000.0	\$ 4,000,000.0	
DEPRECIACIÓN	\$ 1,624,591.6	\$ 1,624,591.6	\$ 1,624,591.6	\$ 1,624,591.6	\$ 1,624,591.6	
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	\$ (14,668,591.6)	\$ (2,253,390.6)	\$ 9,668,477.9	\$ 31,744,682.8	\$ 65,798,340.1	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3,633,175.0	\$ 3,061,277.9	\$ 2,420,753.1	\$ 1,703,365.4	\$ 899,891.2	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTOS</b>	\$ (18,301,766.6)	\$ (5,314,668.5)	\$ 7,247,724.8	\$ 30,041,317.4	\$ 64,898,449.0	
IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ 2,536,703.7	\$ 10,514,461.1	\$ 22,714,457.1	
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ (18,301,766.6)	\$ (5,314,668.5)	\$ 4,711,021.1	\$ 19,526,856.3	\$ 42,183,991.8	

BALANCE						
	ANO 0	2024	2025	2026	2027	2028
<b>ACTIVO</b>						
CAJA/BANCOS	\$ 29,153,500.00	\$ 7,710,515.90	\$ 16,984,499.36	\$ 25,193,253.20	\$ 42,915,818.71	\$ 71,898,448.97
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FIJO DEPRECIABLE	\$ 12,122,958.00	\$ 12,122,958.00	\$ 12,122,958.00	\$ 12,122,958.00	\$ 12,122,958.00	\$ 12,122,958.00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 1,624,591.60	\$ 3,249,183.20	\$ 4,873,774.80	\$ 6,498,366.40	\$ 8,122,958.00
ACTIVO FIJO NETO	\$ 12,122,958.00	\$ 10,498,366.40	\$ 8,873,774.80	\$ 7,249,183.20	\$ 5,624,591.60	\$ 4,000,000.00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 41,276,458.00	\$ 18,208,882.30	\$ 25,858,274.16	\$ 32,442,436.40	\$ 48,540,410.31	\$ 75,898,448.97
<b>PASIVO</b>						
Impuestos X Pagar	\$ 0	\$ -	\$ -	\$ 2,536,703.7	\$ 10,514,461.1	\$ 22,714,457.1
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,536,703.7	\$ 10,514,461.1	\$ 22,714,457.1
Obligaciones Financieras	\$ 30,276,458.00	\$ 25,510,648.86	\$ 20,172,942.63	\$ 14,194,711.65	\$ 7,499,092.94	\$ (0.00)
<b>PASIVO</b>	\$ 30,276,458.00	\$ 25,510,648.86	\$ 20,172,942.63	\$ 16,731,415.31	\$ 18,013,554.02	\$ 22,714,457.14
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00
Utilidades del Ejercicio	\$ 0	\$ (18,301,766.6)	\$ (5,314,668.5)	\$ 4,711,021.1	\$ 19,526,856.3	\$ 42,183,991.8
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 11,000,000.00	\$ (7,301,766.56)	\$ 5,685,331.54	\$ 15,711,021.09	\$ 30,526,856.28	\$ 53,183,991.83
<b>TOTAL PAS + PAT</b>	\$ 41,276,458.00	\$ 18,208,882.30	\$ 25,858,274.16	\$ 32,442,436.40	\$ 48,540,410.31	\$ 75,898,448.97
CUADRE (ACT = PAS+PAT)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Anexo 11 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO: CAPITAL INVERTIDO						
	ANO 0	2024	2025	2026	2027	2028
Activos Corrientes	\$ 29,153,500	\$ 7,710,516	\$ 16,984,499	\$ 25,193,253	\$ 42,915,819	\$ 71,898,449
Pasivos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,536,704	\$ 10,514,461	\$ 22,714,457
<b>KTNO</b>	<b>\$ 29,153,500</b>	<b>\$ 7,710,516</b>	<b>\$ 16,984,499</b>	<b>\$ 22,656,550</b>	<b>\$ 32,401,358</b>	<b>\$ 49,183,992</b>
Activo Fijo Neto	\$ 12,122,958	\$ 10,498,366	\$ 8,873,775	\$ 7,249,183	\$ 5,624,592	\$ 4,000,000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 1,624,592	\$ 3,249,183	\$ 4,873,775	\$ 6,498,366	\$ 8,122,958
<b>Activo Fijo Bruto</b>	<b>\$ 12,122,958</b>	<b>\$ 12,122,958</b>	<b>\$ 12,122,958</b>	<b>\$ 12,122,958</b>	<b>\$ 12,122,958</b>	<b>\$ 12,122,958</b>
<b>Total Capital Operativo Neto</b>	<b>\$ 41,276,458</b>	<b>\$ 18,208,882</b>	<b>\$ 25,858,274</b>	<b>\$ 29,905,733</b>	<b>\$ 38,025,949</b>	<b>\$ 53,183,992</b>
CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE						
EBIT	\$ -	\$ -14,668,591.6	\$ -2,253,390.6	\$ 9,668,477.9	\$ 31,744,682.8	\$ 65,798,340.1
Impuestos	\$ -	\$ -5,134,007.1	\$ -788,686.7	\$ 3,383,967.3	\$ 11,110,639.0	\$ 23,029,419.0
<b>NOPLAT</b>	<b>\$ -9,534,584.5</b>	<b>\$ -1,464,703.9</b>	<b>\$ -1,464,703.9</b>	<b>\$ 6,284,510.6</b>	<b>\$ 20,634,043.8</b>	<b>\$ 42,768,921.1</b>
Inversión Neta	\$ 23,067,575.7	\$ -7,649,391.9	\$ -4,047,458.6	\$ -8,120,216.5	\$ -15,158,042.6	\$ -
<b>Flujo de Caja Libre del período</b>	<b>\$ 13,532,991</b>	<b>\$ -9,114,096</b>	<b>\$ 2,237,052</b>	<b>\$ 12,513,827</b>	<b>\$ 27,610,878</b>	<b>\$ 27,610,878</b>

Anexo 10 Punto de equilibrio

**EVALUACION FINANCIERA Y PUNTO DE EQUILIBRIO**

[VOLVER AL MENÚ](#)

Tasa mínima de rentabilidad esperada por los emprendedores (TMR): **15.00%**

FLUJO DE CAJA DE PROYECTO	INVERSION ANO 0	2024	2025	2026	2027	2028
	-\$41,276,458.00	\$13,532,991.16	-\$9,114,095.75	\$2,237,052.04	\$12,513,827.30	\$27,610,878.48

**VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO = (\$ 14,046,999.56)**

**TASA INTERNA DE RETORNO = 3.16%**

**PERIODO DE RECUPERACIÓN: 7.58 AÑOS**

PUNTO DE EQUILIBRIO				PTO EQUILIBRIO POR REFERENCIA DE PUNTO O SERVICIO	
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	PARTICIPACIÓN % EN VENTAS TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO	REFERENCIA DE PUNTO O SERVICIO	PTO EQUILIBRIO POR REFERENCIA DE PUNTO O SERVICIO
Keratina 1 litro	\$ 45,000.00	9%	\$ 3,910.40	109.33 UNIDADES	109.33 UNIDADES
servicio de aplicacion keratina	\$ 50,000.00	52%	\$ 26,089.33	655.96 UNIDADES	655.96 UNIDADES
Keratina 250 ML	\$ 20,000.00	6%	\$ 1,158.64	72.88 UNIDADES	72.88 UNIDADES
tonico anticaida y anti caspa anyx	\$ 15,000.00	7%	\$ 1,013.81	85.03 UNIDADES	85.03 UNIDADES
Kit de limpieza	\$ 21,515.00	6%	\$ 1,350.27	78.96 UNIDADES	78.96 UNIDADES
Crema para peinar ANYELUZ	\$ 8,000.00	3%	\$ 270.35	42.52 UNIDADES	42.52 UNIDADES
oleo antiedad facial y corporal	\$ 11,000.00	5%	\$ 584.15	66.81 UNIDADES	66.81 UNIDADES
petalina anyeluz	\$ 10,000.00	3%	\$ 289.66	36.44 UNIDADES	36.44 UNIDADES
ALISADOR PROGRESIVO TERM	\$ 11,515.00	3%	\$ 365.78	39.97 UNIDADES	39.97 UNIDADES
KIT DUO PROTECTOR NUTRICI	\$ 20,230.00	6%	\$ 1,128.99	70.21 UNIDADES	70.21 UNIDADES
				<b>1,258.12 UNIDADES</b>	

*Anexo 12, Modelo Financiero, Reyes Mauricio*

<b>TOTAL MARGEN DE CONTRIBUCION PROMEDIO PONDERADO =</b>	<b>\$</b>	<b>36,141.37</b>	
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO = COSTOS Y GTOS FIJO/MCPP =</b>		<b>1,258.12</b>	<b>UNIDADES</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS (VALOR VENTAS MINIMAS EN TOTAL SIN IVA)</b>	<b>\$</b>	<b>141,880,514.16</b>	

COSTOS FIJO		INGRESOS	COSTO VAR		COSTO TOTAL			
0	\$	45,470,000.00	0	\$	0	\$	45,470,000.00	
1,258.12	\$	45,470,000.00	\$	141,880,514.16	\$	96,410,514.16	\$	141,880,514.16
2,516.23	\$	45,470,000.00	\$	283,761,028.33	\$	192,821,028.33	\$	238,291,028.33

PRECIOS		UNIDADES	TOTAL VENTAS	
1	\$	150,000.00	109.33	16399106.5
2	\$	150,000.00	655.96	98394639.02
3	\$	60,000.00	72.88	4373095.068
4	\$	70,000.00	85.03	5952268.287
5	\$	65,000.00	78.96	5132312.961
6	\$	35,000.00	42.52	1488067.072
7	\$	55,000.00	66.81	3674614.606
8	\$	30,000.00	36.44	1093273.767
9	\$	32,900.00	39.97	1314856.065
10	\$	57,800.00	70.21	4058280.813
			<b>\$</b>	<b>141,880,514.16</b>