

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



**Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el
Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones
Mileydi**

Luis Alfredo Cundumí Montaña

Trabajo escrito presentado en la asignatura de.

Opción de grado – Modalidad Emprendimiento

Tutor

Ana Milena Álzate Ocampo – Disciplinar

Julián Delgado - Técnico

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Tecnología en Gestión Empresarial

Santiago de Cali, 23 de mayo 2026

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	2
Resumen.....	9
Introducción	11
1. Aspectos generales.....	15
1.1 Tema	15
Historia de Pelos y Extensiones Mileydi	15
1.5 Justificación de la idea de Emprendimiento	19
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos.....	21
2.MARCO DE REFERENCIA.....	22
2 .1. 1. Origen del negocio y su problemática	24
3.MÓDULO DE MERCADO.....	30
3.1 Tipo y Enfoque de Investigación	30
3.3. Cálculo de tamaño de muestra	35
3.4 Instrumentos para recolectar información	36
3.5. Análisis del sector.....	36
3.6. Análisis del mercado.....	39
3.7. Resultados de la investigación de mercados.....	41
Instalaciones.....	48
Oportunidades de Mejora (Sugerencias del Cliente)	48
✓ Percepción de Valor y Fidelización	51
3.8. Identificar el Cliente Real	52
3.9. Propuesta de Valor.....	53
3.9 Competencia	55

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



3.10 Estrategias de mercadeo.....	56
3.10.1. Estrategia de venta	59
3.10.2. Plan de Acción Inmediato (Cronograma de Ventas)	61
3.10.3. Concepto de producto o servicio.....	62
Alternativa de Solución.....	62
¿Qué se va a vender?.....	63
3.10.4. Estrategia de distribución.....	63
✓ Canal Directo Físico (Punto de Venta Propio)	64
3.10.5. Canal Digital Directo (Citas y Asesoría)	64
✓ Canal de Referencia (Voz a Voz Estructurado).....	65
✓ Alianzas Estratégicas (Canal de Afiliación)	65
✓ Canal Domiciliario Premium (Opcional para Penetración).....	65
3.10.6. Estrategia de Precio.....	66
✓ Estrategia de "Precio de Introducción con Cupón".....	67
✓ Estrategia de "Precio por Fidelidad" (Tarjeta de Puntos)	67
3.10.7. Estrategia de promoción	68
3.10.8. Estrategia de comunicación	69
Publicidad de Cercanía.	69
3.10.9. Estrategia de servicio	70
3.10.10. Presupuesto mezcla de mercado	72
3.10.11. Estrategia de alianzas comerciales.....	73
3.11. Proyección de Ventas.....	74
4. Módulo de Operación	75
4.1 Ficha Técnica.....	75
Temperatura ideal según tu tipo de cabello	78
Denominaciones por Técnica y Origen.....	79
4.2 Descripción del Proceso.....	91
4.3 Estado de Desarrollo	93
Prototipo	94
Servicio de Belleza a Domicilio	94

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileidy.



4.3.1.	Prototipo y/o evidencias.....	95
4.4	Plan de Producción	96
4.5	Requerimientos de Inversión	97
4.5.1.	Lugar de operación	97
-Macro	Localización del salón de belleza Pelos y Extensiones Mileidy	98
- Microlocalización	del salón de belleza Pelos y Extensiones mileidy	99
A.	Características del Entorno Inmediato	99
B.	Accesibilidad y Conectividad Vial.....	99
C.	Ventajas y Costos Operativos	100
D.	Aspectos de Riesgo a Mitigar	100
5	Módulo de Organización.....	101
5.1	Estrategia Organizacional	101
5.2	Matriz DOFA	104
5.3	Organismos de Apoyo.....	106
5.4	Estructura Organizacional.....	106
5.5	Aspectos Legales	111
5.6	Costos Administrativos	112
6	Plan Operativo	114
7	Posibles Impactos.....	116
7.1	Posible Impacto Económico	117
7.2	Posible Impacto Regional.	117
7.3	Posible Impacto Social.....	118
7.4	Posible Impacto Ambiental.....	119
8	Módulo Financiero.....	120
8.1	Requerimientos de maquinaria, planta y equipo (inversión en activos fijos).....	120
8.2	Inversión capital de trabajo.....	121
8.3.	Cronograma de Inversión – fuentes de financiación (propios o terceros)	122
8.4	Proyección de Egresos (costos y gastos).	123
8.5	Plan de Compra.....	124
8.6	Proyección de Ingresos	127

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



8.7 Punto de equilibrio.....	129
8.8 Flujo de Caja	130
8.9 Estado de la Situación Financiera	131
8.10 Estado de Resultados	133
8.11 Indicadores Financieros TIR y VPN.....	134
8.12 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad.....	135
9 Conclusiones	137
10. Recomendaciones.	139
11. Referencias Bibliográficas.	140
12. Anexos	143

Lista de Tablas.

Tabla 1 Enfoques de investigación	30
Tabla 2 TIPOS DE INVESTIGACION	31
Tabla 3 Tendencias y fonques.....	40
Tabla 11	46
Tabla 12 pregunta abierta.....	47
Tabla 13 Mejoras para el salón	48
Tabla 16 Modelo Canvas	54
Tabla 17 Modelo canvas	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 18. Guía Plan de Negocios Fondo Emprender.....	55
Tabla 19. Presupuesto mezcla de mercado	72
Tabla 20 Ficha técnica del planchado de caballo.....	75
Tabla 21 Ficha técnica alisado de cabello afro	78
Tabla 22 Ficha técnica del trenzado.....	82
Tabla 23 Ficha técnica puesta de extensiones.....	85
Tabla 24 Descripción del proceso	91
Tabla 25 Diagrama de flujo	93
Tabla 26 Prototipo del salón	95
Tabla 27 Plan de producción.....	96
Tabla 28. Lugar de operación	97
Tabla 29 Matriz DOFA.....	104
Tabla 30 Estructura organización	107
Tabla 31 Organigrama	108
Tabla 32 Gasto Administrativos	112
Tabla 33 Gastos de puesta en marcha	113
Tabla 34 Gastos anuales de Administración.....	114
Tabla 35 Plan operativo	114
Tabla 36 inversión en activos fijos	120
Tabla 37. Inversión Capital de Trabajo.....	121
Tabla 38 Proyección de Egresos.....	123
Tabla 39. Plan de compra.....	124
Tabla 40 Plan de costo comprar trenzado	124
Tabla 41 Plan de costo del alisado	125
Tabla 42 Plan de costo comprar planchado	125
Tabla 43 Plan de costo comprar servicio de asesoría	125
Tabla 44 Plan de costo comprar puesta de extensiones	126
Tabla 45 Plan de costo comprar puesta de peluca	126

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Tabla 46 Proyección de Ingresos	127
Tabla 47 Punto de equilibrio	129
Tabla 48. Flujo de caja.....	130
Tabla 49. Estado de la Situación Financiera	131
Tabla 50. Estado de Resultados	133
Tabla 51Indicadores Financieros TIR y VPN.....	134

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Lista de Ilustración

Ilustración 1 Segmento de negocio	38
Ilustración 2 Calidad de servicio.....	41
Ilustración 3 Satisfacción de servicio	42
Ilustración 4 Calificación y amabilidad	43
Ilustración 5 tiempo de espera y puntualidad	44
Ilustración 6 Experiencia en el salon	45
Ilustración 7 Precio de los servicio	46
Ilustración 8 Información del salón	46
Ilustración 9 Orden del local.....	49
Ilustración 10 Futuras visitas	50

Resumen

El presente trabajo de grado, desarrollado en la modalidad de opción de emprendimiento, tiene como propósito formular un Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital orientado al posicionamiento de marca y a la fidelización de clientes de la peluquería Pelos y Extensiones Mileydi, unidad productiva formalizada bajo el código CIIU 9602, localizada en el Barrio Comunero I de la Comuna 15 del Distrito de Aguablanca, en la ciudad de Santiago de Cali.

La investigación adoptó un enfoque metodológico mixto —cuantitativo y cualitativo—, con alcance descriptivo, diseño no experimental de corte transversal y finalidad aplicada. La recolección de datos primarios se realizó mediante encuestas estructuradas aplicadas a una muestra representativa de usuarias recurrentes de la empresa, lo que permitió identificar el perfil del cliente real, sus expectativas y hábitos de consumo en el sector de la estética capilar.

El plan de negocios se estructuró en cuatro módulos interdependientes. El Módulo de Mercado determinó la viabilidad comercial del proyecto mediante el diseño del *marketing mix* y la formulación de estrategias de fidelización basadas en herramientas de transformación digital, incluyendo posicionamiento en plataformas como Instagram y TikTok, programas de referidos y alianzas estratégicas con proveedores regionales. El Módulo de Operación estandarizó técnicamente el portafolio de servicios estrella —planchado térmico, alisado de cabello afro, trenzado sintético e instalación de pelucas y extensiones— a través de fichas técnicas detalladas

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



con protocolos de bioseguridad y gestión de la salud capilar. El Módulo de Organización formalizó la estructura administrativa mediante la definición de identidad corporativa, la formulación de la Matriz DOFA y la confección de un organigrama con manuales de funciones, garantizando el soporte logístico y legal necesario para la ejecución sostenida de las estrategias. Finalmente, el Módulo Financiero evaluó la viabilidad económica del proyecto en un horizonte temporal de cinco años (2026–2030), proyectando ingresos brutos de \$573.154.500 en el primer año, con un punto de equilibrio establecido en 1.954 unidades de servicio anuales, superado desde el primer ejercicio con una demanda estimada de 2.430 unidades.

Los indicadores financieros de rentabilidad avanzada confirman la factibilidad y el atractivo económico del plan: el Valor Presente Neto (VPN) asciende a \$347.608.234,93; la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 43,54%, superando ampliamente la tasa de oportunidad del mercado del 8%; la relación costo-beneficio es de \$1,42; y el período de recuperación de la inversión se estima en 2,48 años. Adicionalmente, el proyecto demuestra una total independencia financiera al sustentarse en capital propio, sin requerir apalancamiento externo.

Se concluye que el plan de fortalecimiento comercial y transformación digital propuesto para Pelos y Extensiones Mileydi es técnicamente viable, organizacionalmente sólido y financieramente rentable, constituyéndose en un modelo de emprendimiento competitivo y de alto impacto socioeconómico para el Distrito de Aguablanca y la región del Valle del Cauca.

Palabras clave: plan de negocios, fortalecimiento comercial, transformación digital, posicionamiento de marca, fidelización de clientes, estética capilar.

INTRODUCCIÓN

El sector de la belleza y el cuidado personal constituye una de las industrias con mayor dinamismo y resiliencia en la economía colombiana. Según datos de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI, 2024), cada colombiano destina en promedio \$230.000 anuales a productos y servicios de belleza, y la industria registró un crecimiento del 11,14% en 2023, superando los niveles de productividad prepandemia. En el ámbito regional, el Clúster de Belleza y Cuidado Personal de la Cámara de Comercio de Cali proyecta un crecimiento sostenido del sector, impulsado por la creciente demanda de servicios especializados de alta gama y por la adopción de modelos de negocio apalancados en la transformación digital. Este contexto macroeconómico favorable configura un escenario de oportunidad estratégica para las unidades productivas del sector que logren profesionalizar su gestión, diferenciar su oferta de valor y consolidar su posicionamiento en el mercado local.

En este marco, el presente trabajo de grado, desarrollado en la modalidad de opción de emprendimiento para optar al título de Tecnólogo en Gestión Empresarial, aborda la formulación de un Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi. La empresa objeto de estudio opera bajo el código CIIU 9602 (Peluquería y otros tratamientos de belleza) y se encuentra localizada estratégicamente en el Barrio Comunero I de la Comuna 15, en el Distrito de Aguablanca de la ciudad de Santiago de Cali, departamento del Valle del Cauca.

Pelos y Extensiones Mileydi es una unidad productiva con trayectoria comprobada en el sector de la estética capilar. Desde su fundación, la empresa ha transitado de una gestión

empírica hacia estadios progresivos de formalización, alcanzando hitos como el reconocimiento por parte de la Cámara de Comercio de Cali, la Fundación WWB Colombia y la DIAN, así como el establecimiento de alianzas comerciales con proveedores especializados de la región. No obstante, pese a este recorrido, la empresa enfrenta una problemática central que limita su crecimiento sostenido: la ausencia de estrategias estructuradas de mercadeo y comercialización, sumada a una escasa presencia digital, restringe su capacidad de captar nuevos segmentos de mercado, fidelizar a su clientela actual y proyectar su marca más allá del entorno inmediato de la comunidad donde opera.

Esta situación no es ajena a la realidad del sector. La industria de los salones de belleza en Colombia se caracteriza por una alta informalidad, una oferta poco diferenciada y una marcada ausencia de estándares en bioseguridad y en la prestación de servicios técnicos especializados. Superar estas brechas exige que las unidades productivas del sector adopten modelos de gestión integrales que articulen coherentemente las dimensiones comercial, operativa, organizacional y financiera del negocio, condición que fundamenta la pertinencia y el alcance del presente trabajo.

Con el propósito de dar respuesta a esta problemática, el plan de negocios se estructuró a partir de tres objetivos específicos interconectados: la elaboración de un estudio organizacional que diseñe una estructura administrativa funcional; la formulación de un análisis de mercado que identifique las expectativas del cliente y articule los hallazgos con estrategias coherentes a las áreas técnica, administrativa y financiera de la unidad productiva; y el desarrollo de un estudio financiero que determine la viabilidad económica de las estrategias propuestas.

Para alcanzar estos objetivos, la investigación adoptó un enfoque metodológico mixto —cuantitativo y cualitativo—, con alcance descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, utilizando encuestas estructuradas como instrumento primario de recolección de información. Este diseño metodológico permitió caracterizar con rigor el perfil del consumidor real, sus hábitos de compra y su percepción sobre la calidad del servicio, constituyendo la base empírica sobre la cual se construyeron las estrategias propuestas.

El documento se organiza en ocho secciones principales que configuran la arquitectura integral del plan. El Módulo de Mercado establece la viabilidad comercial del proyecto y diseña el *marketing mix*, priorizando la transformación digital como eje diferenciador. El Módulo de Operación estandariza técnicamente los servicios estrella del portafolio mediante fichas técnicas con protocolos de bioseguridad y calidad. El Módulo de Organización formaliza la estructura administrativa, la identidad corporativa y el marco normativo y legal de la empresa. El Plan Operativo traza la hoja de ruta de ejecución con tiempos, responsables y mecanismos de control para el primer año. La sección de Posibles Impactos evalúa las externalidades del proyecto en las dimensiones económica, regional, social y ambiental, en coherencia con los lineamientos de bioeconomía y sostenibilidad. Finalmente, el Módulo Financiero consolida cuantitativamente la viabilidad del proyecto a través de presupuestos de inversión, proyecciones de ingresos y egresos, análisis del punto de equilibrio, flujo de caja y la evaluación de indicadores avanzados de rentabilidad como el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

La formulación de este plan de negocios representa no solo una exigencia académica, sino una contribución concreta al desarrollo empresarial del Distrito de Aguablanca: un territorio con alta densidad poblacional femenina y una demanda real y constante de servicios de estética

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



capilar especializada, donde el fortalecimiento de unidades productivas formales como Pelos y Extensiones Mileydi genera empleo digno, promueve la formación técnica y dinamiza la economía local desde una perspectiva de equidad, innovación y responsabilidad social.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Tema

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.

1.2 Planteamiento y descripción de la oportunidad de negocio

Historia de Pelos y Extensiones Mileydi

En el corazón de la industria de la belleza, donde la creatividad y la pasión se unen, nació Pelos y Extensiones Mileydi. Nuestra historia comenzó en un pequeño local, ubicado en la comuna 15, barrios comuneros 1 donde nuestra fundadora, Mileydi, se propuso revolucionar la forma en que las personas se sienten y se ven.

Los inicios (Visión)

Todo comenzó con una visión clara: ofrecer servicios de alta calidad en peluquería y extensiones de cabello que superaran las expectativas de nuestros clientes. Mileydi, con su experiencia y habilidades en el sector, se rodeó de un equipo apasionado y dedicado que compartía su visión.

El primer año

En nuestros primeros meses, nos enfocamos en construir una base sólida de clientes satisfechos. Ofrecimos servicios de corte, coloración, cepillados, alisados y trenzado de cabello, así como la venta de extensiones sintéticas de cabello de alta calidad. Nuestra atención a la



medida de las necesidades de la cliente, acompañada de nuestra dedicación, nos ayudaron a establecer una reputación sólida en la comunidad.

El crecimiento

A medida que los clientes crecían, también lo hacían nuestras ambiciones. Ampliamos nuestra gama de servicios para incluir tratamientos de cabello, maquillaje, entre otros. El equipo se expandió, y contratamos a profesionales talentosos que compartían nuestra pasión por la belleza y la satisfacción del cliente.

Los logros

A lo largo de los años, se han logrado varios hitos importantes:

- **Reconocimientos:** Hemos recibido reconocimientos y premios por nuestra excelencia en la industria de la belleza. Por parte de entidades como: la Cámara de Comercio de Cali, Fundación WWB Colombia y la DIAN

- **Colaboraciones:** Hemos colaborado con marcas y diseñadores de renombre para ofrecer servicios y productos exclusivos a nuestros clientes. Empresa como: Pelo King, Universal del Cabello ubicada en el centro comercial La COLMENDA de Cali.

- **Diversificación del negocio:** Hemos expandido nuestros servicios para incluir clases y talleres de formación en peluquería y extensiones de cabello. Con respecto a este servicio estamos en proceso de presentar la documentación a la Secretaría de Educación, con el fin de obtener el permiso de educación no formal para el trabajo.

El Futuro

En Pelos y Extensiones Mileydi, estamos comprometidos con la innovación y la excelencia. Nuestra visión es seguir siendo líderes en la industria de la belleza, ofreciendo servicios y productos de alta calidad que superen las expectativas de nuestros clientes. Estamos emocionados de ver lo que el futuro nos depara y de seguir creciendo y evolucionando con nuestra comunidad.

1.3. Problema que pretende solucionar la idea de negocio

El principal problema identificado en el sector es la falta de acceso a servicios de belleza personalizados, de alta calidad y con enfoque profesional. También existe un deficiente nivel de especialización en el tratamiento y uso de las extensiones para el cabello y servicios especializados de peluquería. Con un alto estándar de calidad, atención personalizada y uso de productos profesionales que garanticen la salud y crecimiento del cabello.

¿Cuáles son las causas?

Dentro de las posibles causas de los problemas identificados anteriormente, por el nivel de experiencia de la propietaria se destacan las siguientes:

- Poca profesionalización en el sector de la belleza: Algunos salones carecen de personal capacitado o actualizado en técnicas modernas.
- Falta de oferta especializada en extensiones de cabello de calidad.
- Deficiente atención al cliente.
- Poca personalización en los servicios.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



- Limitadas opciones de formación técnica y profesional en peluquería y extensiones.

¿Cuáles son las consecuencias?

Frente a los problemas que se han podido identificar en el sector de servicios de belleza y peluquería, se destacan los siguientes efectos en el mercado.

- Clientes insatisfechos o inseguros con su imagen personal.
- Baja confianza en los servicios de belleza locales.
- Desaprovechamiento de la demanda potencial del servicio en el sector estético, por falta de cobertura con servicios de buena calidad.
- Baja calidad en la prestación de los servicios estéticos.

Alternativas de Solución propuesta por la idea de negocio:

- Ofrecer un servicio integral de peluquería y extensiones con altos estándares de calidad.
- Brindar una atención personalizada y profesional.
- Impulsar la formación en el sector con talleres y clases especializadas, aprobadas por la Secretaría de Educación.
- Generar confianza en la comunidad a través de resultados visibles y una excelente reputación.

1.4 Pregunta problema

¿Por qué no existen estrategias innovadoras de mercadeo y comercialización, en la venta de servicios ofrecidos por la empresa Pelos y Extensiones Mileydy?

1.5 Justificación de la idea de Emprendimiento

La empresa Pelos y Extensiones Mileydy se encuentra localizada en la ciudad de Santiago de Cali, fundada el 25 de julio de 1536 por el conquistador español Sebastián de Belalcázar. Esta ciudad, situada en la región suroccidental del país y reconocida popularmente como "la Sucursal del Cielo", se encuentra organizada administrativamente en 22 comunas. Específicamente, el establecimiento comercial objeto de estudio se ubica en la Comuna 15, perteneciente al Distrito de Agua Blanca, en el Barrio Comuneros 1.

En cuanto al contexto demográfico, el Municipio de Cali presenta una distribución poblacional femenina diferenciada según el área de residencia: en el sector rural habitan 23.778 mujeres, equivalentes al 50,8% de la población rural, mientras que en el sector urbano residen 1.188.885 mujeres, que representan el 53,6% de la población urbana (Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, 2021).

El barrio Comuneros I (también conocido como Comuneros 1) en Cali, como muchas zonas urbanas de estrato bajo en Colombia, enfrenta diversas carencias y desafíos estructurales. Aunque pueden variar con el tiempo, algunas de las principales problemáticas comunes en este tipo de contextos son: La Infraestructura, Vial en mal estado o sin pavimentar, en el ámbito de

seguridad presenta múltiples problemáticas de seguridad debido a la alta influencia de pandillas y fronteras invisibles. En este barrio está ubicado el Salón de Belleza, contando con una demanda potencial de mujeres.

Pelos y Extensiones Mileidy beneficia de manera directa a los propietarios de la idea de negocio, generando también un empleo fijo directo que se ve beneficiado por la obtención de ingresos económicos por la venta de productos y servicios de belleza, también contribuyen de manera positiva la generación de nuevos empleos en el sector, y por último beneficia a todas las mujeres que le gusta resaltar su belleza a través del servicio de personas expertas en el tema. De manera indirecta beneficiará a las familias de los propietarios y empleados que estén vinculado en el negocio, las tiendas y comercios cercanos.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Formular un Plan de Negocios con énfasis en estrategias innovadoras de mercadeo y comercialización, orientado al posicionamiento competitivo y al incremento sostenido de las ventas de los servicios ofrecidos por la empresa Pelos y Extensiones Mileidy.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio organizacional que permita diseñar una estructura administrativa funcional, capaz de soportar e integrar las estrategias de mercadeo y comercialización contempladas en el Plan de Negocios.
- Estructurar un análisis de mercado que identifique las expectativas y necesidades del cliente objetivo, con el fin de posicionar la empresa en su segmento y articular dichos hallazgos con estrategias coherentes a las áreas técnica, administrativa y financiera de la unidad productiva.
- Desarrollar un estudio financiero que determine la viabilidad económica de las estrategias de mercadeo y comercialización propuestas, garantizando la sostenibilidad de su implementación en la empresa.

2.MARCO DE REFERENCIA

El presente Marco de Referencia tiene como propósito principal la sustentación teórica, conceptual y contextual del Plan de Negocios para el fortalecimiento comercial de la Sala de Belleza Pelos & Extensiones Mileidy, Estableciendo las bases que orientan su formulación y desarrollo. En este apartado se contemplan, los conceptos, normas y fundamentos administrativos que permiten comprender el funcionamiento del sector de la belleza, así como su importancia económica y social en el mercado actual. El marco de referencia contempla los principales enfoques relacionados con la estructura administrativa, el análisis de mercado, el plan de negocios, las estrategias de mercadeo y comercialización; y la factibilidad financiera, que resultan esenciales para garantizar la viabilidad y sostenibilidad del salón de belleza. Asimismo, se consideran las características del entorno, las tendencias del sector estético y las necesidades del mercado objetivo que se convierten en elementos esenciales para la toma de decisiones estratégicas, asegurando que el proyecto se desarrolle de manera organizada, coherente y articulado con las condiciones reales del mercado actual.

2.1. Antecedentes

La evolución de Pelos y Extensiones Mileydi es el resultado de una visión emprendedora que nació en el barrio Comuneros I de la Comuna 15, orientada a revolucionar la imagen personal mediante la especialización en extensiones y peluquería de alta calidad. Desde una perspectiva técnica, la empresa ha comprendido que la estructura organizacional constituye el "esqueleto" vital que sostiene la operación. Como señala Ruiz (2025), la estructura del estudio

técnico es fundamental para definir la capacidad operativa y los procesos que permiten alcanzar metas de crecimiento ambiciosas. En el caso de la sala de belleza Mileydi, tuvo un inicio empírico hasta consolidarse como un referente en el Distrito de Aguablanca con un incremento del 70% en ventas después de su traslado en el 2013, demostrando una adaptación exitosa de estos procesos.

Este crecimiento se enmarca en un análisis del entorno sumamente dinámico. Según el equipo editorial de IONOS (2023), el análisis de mercado es esencial para que las empresas emergente y ya consolidación comprendan las fuerzas competitivas y las necesidades del público. Plantean que

en Colombia, el sector de la belleza presenta oportunidades extraordinarias, con un gasto promedio anual por habitante de \$449.000 y una ubicación privilegiada en el Valle del Cauca. Sin embargo, el estudio sistemático de las condiciones competitivas ha revelado una brecha crítica: la falta de estrategias innovadoras de mercadeo. Al respecto, Zenvia (2024) sostiene que un análisis de mercado paso a paso permite identificar debilidades como; la deficiente atención al cliente y la poca profesionalización, transformándolas en oportunidades mediante el uso de datos.

Para mitigar estos riesgos, se ha diseñado un Plan de Negocios que actúa como la hoja de ruta definitiva hacia la competitividad. Este plan se fundamenta en un enfoque de investigación mixto que busca medir con precisión la satisfacción del cliente para proponer soluciones prácticas. La meta es transformar las debilidades en ventajas competitivas sostenibles a través de dos ejes fundamentales:

Innovación en Mercadeo: Basándose en los lineamientos de Spekman & Murphy (2013) sobre el desarrollo de planes de marketing, se propone la implementación de tácticas de inbound marketing y una robusta presencia digital. Según estos autores, un plan de mercadeo efectivo debe alinear el valor del producto con las exigencias del cliente moderno para asegurar la fidelización.

Rigor Financiero: Siguiendo la Guía de Emprendimiento (2025), se establece una evaluación de rentabilidad mediante indicadores clave como la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN). Esto garantiza que la inversión en activos fijos y capital de trabajo no solo sea viable, sino sostenible y rentable a largo plazo.

En conjunto, la articulación de estas teorías y herramientas permitirá que Pelos y Extensiones Mileydi trascienda su éxito histórico, convirtiéndose en un modelo de negocio profesionalizado, capaz de liderar el mercado local con solvencia técnica, estratégica y financiera.

2 .1. 1. Origen del negocio y su problemática

En el corazón de la industria de la belleza, donde la creatividad y la pasión convergen, nació Pelos y Extensiones Mileidy. Nuestra historia comenzó en un acogedor local de la Comuna 15, en el barrio Comuneros I. Originalmente, el establecimiento fue fundado por la señora Leidy Perea, quien se propuso revolucionar la imagen y la confianza de sus clientes.

En aquella etapa inicial, la señora Nohely formaba parte fundamental del equipo como encargada de atención al cliente. Su labor iba más allá de la venta; su capacidad para asesorar de manera personalizada y su carisma la convirtieron rápidamente en una profesional referente dentro del sector.

Tras varios años de éxito, la señora Leidy decidió vender el negocio. A la señora Nohely quien, gracias a su trayectoria, conocimiento y el excelente trato hacia la clientela, se convirtió en la sucesora natural, adquiriendo la empresa. Bajo esta nueva dirección, Pelos y Extensiones Mileidy inició una etapa de renovación y crecimiento estratégico.

Uno de los mayores retos iniciales fue la ubicación. Al encontrarse a mitad de cuadra y contar con poca iluminación, el local original carecía de visibilidad, lo que limitaba el flujo de ventas. Consciente de este desafío, la señora Nohely tomó una decisión determinante en el año 2013, trasladando el local hacia otra ubicación más estratégica comercialmente, dentro del mismo barrio Comuneros I.

Los resultados del cambio de ubicación del local tuvieron un éxito rotundo, debido a dos factores:

- Cercanía: Se facilitó el acceso a la base de clientes más fiel del sector.
- Impacto Económico: Gracias a la nueva ubicación y la mejora en la visibilidad, las ventas y la demanda de servicios experimentaron un incremento del 70%.

Hoy, Pelos y Extensiones Mileidy se consolida como un referente de belleza en el Distrito de Aguablanca, combinando años de experiencia con una atención experta que resalta la esencia de cada mujer.

2.2. Marco Contextual

Nivel Nacional: Según la ANDI para el año 2024 cada colombiano gastaba un promedio de \$449.000 al año en productos de belleza, cuidado personal y aseo del hogar. (ANDI, 2024)

En 2023 las ventas de productos cosméticos y de aseo a nivel nacional superaron las logradas antes de la pandemia, al alcanzar los US\$5.369 millones, lo que representó un crecimiento del 11,14% frente al 2022, y cuyo resultado se ubicó por encima de lo logrado antes de la pandemia, dado que en 2019 se habían facturado alrededor de US\$5.207 millones.

Así mismo, se encontró que las categorías con más ventas durante el año pasado a nivel nacional fueron: los productos de belleza y cuidado personal de consumo masivo, con US\$2.015 millones; seguidos por los productos absorbentes y de higiene femenina, como pañales y toallas higiénicas, con US\$1.418 millones; los productos de lavandería, con US\$722 millones; los productos de cuidado facial, con US\$472 millones y la perfumería, con US\$454 millones.

“El cuidado personal y del hogar son esenciales para los colombianos, por eso la compra de productos cosméticos y de aseo hacen parte fundamental de la canasta familiar. Estamos observando una priorización del gasto por aquellos productos multifuncionales y que ofrecen una relación costo-calidad favorable, por ello como industria estamos comprometidos no solo con proveer los mejores productos para satisfacer estas preferencias, sino con mejorar de manera continua nuestros procesos para ser cada vez más innovadores y sostenibles”, señaló Yeili Rangel, directora de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI.

Llama la atención que, en promedio, el gasto de cada colombiano en productos de belleza y cuidado personal fue de \$230.000 en 2023, lo que representó un crecimiento del 11,8% frente al 2022. De este modo, en suma, en el país se vendieron US\$2.756 millones solamente en productos cosméticos y de cuidado personal en 2023.

A Nivel Regional: La Industria de Belleza del Valle del Cauca cuenta con un Clúster de Belleza del Valle del Cauca conformado por 172 empresas que abarcan toda la cadena de valor de la industria cosmética y de cuidado personal (comercio, 2024). Estas se organizan en siete segmentos de negocio, integrando y fortaleciendo cada eslabón de la producción y comercialización, lo que impulsa la competitividad regional, la sofisticación y la internacionalización de sus productos. Desde su creación, la Iniciativa Clúster de Belleza ha impulsado la internacionalización de la industria regional, fortaleciendo la productividad y la innovación. Este esfuerzo ha ayudado a posicionar al Valle del Cauca como el segundo mayor exportador de productos de belleza en Colombia. En 2023, exportó USD 208,7 millones, con un crecimiento anual compuesto del 7,6% en los últimos cuatro años.

Desde 2022, el Clúster de Belleza estableció un ambicioso objetivo: triplicar las exportaciones de las empresas nacionales, pasando de USD 22,4 millones a USD 70 millones para 2027. Para lograrlo, ha venido desarrollando proyectos estratégicos entre los cuales se destacan: Feria Cosmoprof North América en Las Vegas (2022 y 2023) y en Miami (2024). Consolidando la participación de empresas de la región vallecaucana desde 2022 en la feria líder de belleza en las Américas. Este esfuerzo ha generado 10 casos de éxito con negocios cerrados en mercados como Estados Unidos, Ecuador, Perú, Costa Rica y República Dominicana,

incluyendo compañías que han comenzado a exportar gracias a este acompañamiento. Esta participación ha fortalecido la visibilidad del sector Belleza & Salud en nuestra región.

La Iniciativa Clúster de Belleza, por medio de su agenda de trabajo, continuará fortaleciendo la competitividad, la innovación y la expansión internacional de las empresas de la región. Promoviendo la internacionalización a través de la sofisticación de productos mediante el uso de ingredientes naturales y el fortalecimiento de capacidades para que las empresas aprovechen herramientas de inteligencia artificial que les permitan optimizar sus procesos y ser más eficaces.

Además, se avanzará en el objetivo de triplicar las exportaciones del Clúster para 2027. Como parte de este compromiso con el crecimiento y la proyección global, el Clúster participará en la próxima edición Cosmoprof North América Miami, en enero de 2027, con la representación de 10 empresas del Valle del Cauca. Este evento será una nueva oportunidad para ampliar mercados, generar conexiones estratégicas y reafirmar el liderazgo de la región en la industria de la belleza. El Valle del Cauca avanza con pasos firmes hacia un futuro sostenible e innovador, consolidando a la industria como motor clave del desarrollo económico regional.

A Nivel Local: La COP 16 en Cali (2024) fue el escenario ideal para que las empresas del Clúster de Belleza destacaran sus avances en bioeconomía, sostenibilidad e ingredientes naturales. Los resultados de este evento reflejaron el compromiso de la región con una bioeconomía sostenible, fortalecieron las relaciones comerciales internacionales y contribuyeron a posicionar a Colombia como un proveedor emergente de ingredientes naturales sostenibles para

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



las industrias cosmética y alimentaria. La COP 16 ofreció la oportunidad para resaltar los progresos de las empresas en estas áreas clave: Krica, Sensia y Eunia. (Cámara de Comercio de Cali, 2024).

3.MÓDULO DE MERCADO

3.1 Tipo y Enfoque de Investigación

El tipo de enfoque es mixto, porque se busca la comprobación de una hipótesis, desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, es importante comprender que según el método mixto de investigación. (Miguel Ángel Medina Romero, julio del 2023) la investigación mixta se basa en la idea de que la integración de enfoques cuantitativos y cualitativos puede complementarse y enriquecerse mutuamente, superando las limitaciones de cada enfoque por separado, como se presenta en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..** Los métodos cuantitativos se centran en la medición de la satisfacción de los clientes que utilizan los servicio, esta medición se realizará a través de la aplicación de una encuesta que permita medir variables como: eficacia en la atención, calidad del servicio, valores agregados identificados por los clientes, percepción del precio de los servicios ofertados, necesidades no satisfechas, entre otras. Mientras que los métodos cualitativos permiten interpretar y contextualizar los resultados obtenidos facilitando el análisis de las dinámicas

internas del negocio, las oportunidades de mejora, y los factores que ejercen influencia sobre su desempeño. de la empresa Pelos y Extensiones Myleidy.es de investigación

Tabla 1 Enfoques de investigación

ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN	DEFINICIÓN
Cuantitativo	Es secuencial y probatorio, cada etapa tiene una predecesora y una sucesora. Medir y estimar.
Cualitativo	Pueden desarrollar hipótesis o preguntas orientadoras antes, durante o después. Resulta un proceso más bien circular.
Mixto	Multiplicidad de teorías, supuestos e ideas. Es un estudio híbrido cocurren diversos procesos integrándose los enfoques cualitativos y cuantitativos.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Fuente: Elaboración propia a partir del libro Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernando Collado y Pilar Baptista. Sexta edición. McGrawHill.

Así también se debe establecer el tipo de investigación, el cual se elige dependiendo de los fines que se persiguen, la tabla siguiente resume los tipos existentes.

Tabla 2 TIPOS DE INVESTIGACION

TIPOS DE INVESTIGACIÓN	CLASIFICACIONES
Experimental	
No experimental	Transeccional: Exploratorios, descriptivos o correlacional. Longitudinales

Fuente: Elaboración propia a partir del libro Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernando Collado y Pilar Baptista. Sexta edición. McGrawHill

En su alcance el estudio es descriptivo porque inicialmente desarrolla la caracterización de la situación actual de la empresa, describiendo el nivel de satisfacción de los clientes, las condiciones técnicas, comerciales y administrativas del negocio.

En su finalidad la investigación es de tipo aplicada, porque no se limita a la generación de conocimiento teórico, sino que busca establecer soluciones de tipo práctico y viables en el mercado para el fortalecimiento de la empresa, a través de la elaboración de un plan de negocios que contribuya a satisfacer las necesidades reales del entorno y del mercado objetivo.

El presente estudio tiene un componente propositivo porque con los resultados del trabajo de campo, se plantearán estrategias, acciones y lineamientos orientados a la consolidación del Salón de Belleza Pelos & Extensiones Mileidy.

Por otra parte, la investigación en su diseño es no experimental porque no se modifican deliberadamente las variables de estudio, sino que se observa su comportamiento y se analizan conforme al contexto real que las rodea. También es de corte transversal porque la recolección de datos primarios se da en único momento en el tiempo, permitiendo obtener un diagnóstico puntual que sirve de base para la toma de decisiones Estratégicas del Salón de Belleza Pelos & Extensiones Mileidy.

La recolección de datos primarios se realizará a través de una encuesta aplicada a una muestra significativa de clientes de la empresa. El instrumento fue diseñado en su gran mayoría con preguntas cerradas solo cuenta con una pregunta abierta, con el fin de obtener datos numéricos que faciliten el análisis estadístico de los niveles de satisfacción, complementariamente, se acompaña de un análisis cualitativo que permite interpretar los resultados, y relacionarlos con el contexto interno y externo del negocio.

Por lo tanto, la combinación de estos enfoques y características metodológicas permite sustentar de manera rigurosa el plan de negocios, de tal forma que se garantiza que las estrategias propuestas para el fortalecimiento de la empresa se fundamenten con información objetiva, contextualizada y orientada a la mejora continua.

3.2 Definición de la población

Características específicas de mercado

En el sector de la belleza y cuidado personal en Colombia se atiende a un público muy amplio y diverso, ya que este sector abarca desde productos cosméticos hasta servicios especializados. La población consumidora se puede clasificar así:

- **Segmento por género**

- Mujeres: siguen siendo el principal grupo consumidor, con alta demanda en maquillaje, cuidado capilar, tratamientos faciales y corporales, uñas y spa.
- Hombres: crece cada vez más el mercado masculino con barberías, cuidado de la piel, fragancias y productos para el cabello y la barba.

- **Segmento por edad**

- Adolescentes y jóvenes (15-25 años): buscan productos accesibles, maquillaje, fragancias, cuidado de la piel contra acné y tendencias de moda.
- Adultos jóvenes (26-40 años): prefieren servicios y productos de calidad media/alta, relacionados con estética, tratamientos antiedad y bienestar.
- Adultos mayores (40+ años): demandan principalmente productos antiarrugas, antiedad, capilares y tratamientos especializados.

- **Segmento socioeconómico**

- Estratos bajos y medios (1-3): consumen principalmente productos accesibles, de marcas locales, ventas por catálogo (Yanbal, Avon, Natura, Belcorp).
- Estratos altos (5-6): acceden a marcas Premium, clínicas estéticas, spas de lujo y cosmética importada.
- Población Femenina en el Barrio Comuneros 1: 6,224 (en tu caso).

3.2 Tamaño de la Muestra

Datos 6,224 habitantes de género femenino del barrio comuneros 1

Tamaño de la muestra es 53 persona a encuestar

Seleccione la muestra a partir del tipo de población que usted ha identificado. Incluya aquí el cálculo de la muestra.

Para realizar esta parte del plan de negocios se debe utilizar las fórmulas de población finita e infinita y realizar la distribución de las encuestas entre el número de estratos que existan.

Formulas:

N: Población o universo el cual representa el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación.

n: Representa la muestra.

p: Representa la probabilidad de ocurrencia, esta probabilidad estará dada por un 50% y deberá ser representada en decimales.

q: Representa la probabilidad de no ocurrencia, debe ser un 50 % y estará representada en decimales.

z: Determinar el nivel de confianza con que se desea trabajar, pueden ser:

90%= 1,65

95%= 1,96

99%= 2,58

e= Margen de error (puede ser 10%, 5%, 1%) para la fórmula, el porcentaje a usar debe ser expresado en decimales.

3.3. Cálculo de tamaño de muestra

Para calcular el tamaño de la muestra utilizamos la población de la encuesta del Sisben 3 del año 2018 que habita el barrio los comunero1 y que tiene formación técnica y tecnológica, que es un de las principales características que tiene las clientes que visita las salas de belleza pelos y extensiones MILEYDY. (Alcaldia de santiago de cali, 2018)

Población (N): 158 mujeres.

Nivel de Confianza (Z): 90% (1.65)

Error Estimado (e): 10%.

Probabilidades (p/q): 50/50.

Muestra final (n): 48 encuestas.

Se logró realizar 5 encuestas más de las que nos arrojó la muestra

3.4 Instrumentos para recolectar información

Con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción y la percepción del salón de belleza Pelos y Extensiones Mileydi, se implementó un instrumento de recolección de datos, tipo encuesta dirigida a nuestra base de clientes recurrentes. El estudio se aplicó a una muestra representativa de 53 usuarias, abordando dimensiones clave como la calidad en la atención, la experiencia sensorial en el salón y las expectativas de mejora. Los hallazgos derivados de esta herramienta permitirán diseñar estrategias de fidelización y optimizar los servicios actuales de la peluquería.

Enlace de la encuestas

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd24_SCO3y364PgcN_7m5uzJ6wvgLhdRZYtvYssaDR89bQ_7w/viewform?usp=header

Se tomaron 53 cliente que visitan de manera frecuente el Salón de Belleza Pelos y Extensiones Mileydi y se les realizó una encuesta de satisfacción para conocer la percepción que tienen de la empresa. A continuación presentamos los resultados.

3.5. Análisis del sector

A nivel regional, la industria de la belleza en Latinoamérica proyecta un crecimiento robusto, estimando un valor de mercado de USD 45,4 millones para 2025, lo que representa un incremento del 42% respecto a 2017. En este contexto, Colombia se ha consolidado como un actor estratégico y el cuarto mercado con mayor nivel de compra en productos de aseo y estética en la región. Durante el primer semestre de 2025, el país reafirmó su potencia exportadora con un aumento del 16% en ventas internacionales, alcanzando los USD 177 millones. Los

principales destinos de estas exportaciones son México, Perú y Ecuador, destacándose productos como maquillajes, protectores solares y preparaciones capilares; mientras que las importaciones provienen mayoritariamente de México, Brasil y Estados Unidos.

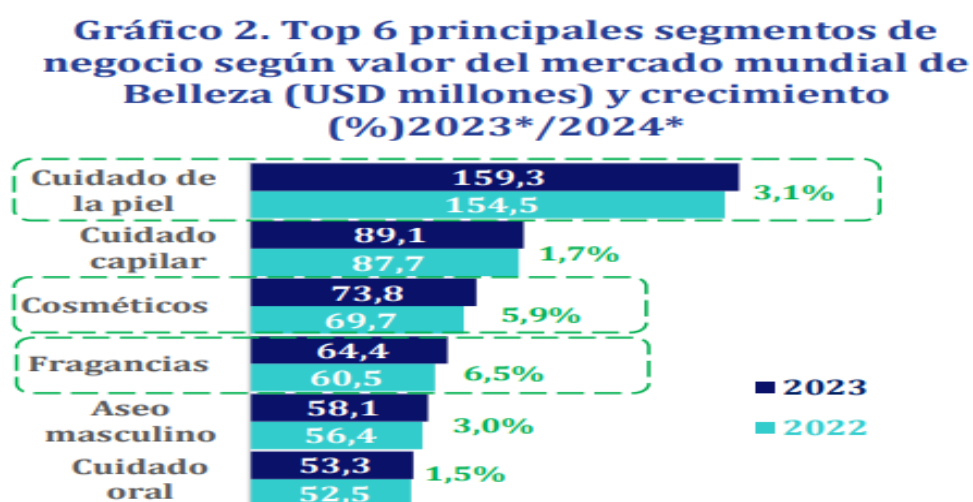
Este dinamismo externo es el reflejo de una recuperación nacional sólida tras la emergencia sanitaria. Al cierre de 2024, el sector en Colombia superó los niveles pre-pandemia con ventas totales de USD 3.279 millones, demostrando una resiliencia notable frente a los altos índices de inflación de los últimos dos años. Según la ANDI, el mercado interno mantiene un dinamismo vibrante donde cada colombiano invirtió, en promedio, \$250.000 anuales en cuidado personal y aseo. Dentro de este consumo, las categorías de mayor crecimiento fueron la protección solar (30,7%), los dermocosméticos (24,2%) y los cosméticos de color (21,6%), evidenciando un interés creciente por productos especializados y de valor agregado.

Hacia el futuro, las perspectivas para el mercado colombiano son sumamente optimistas. Se estima que para 2028 la industria nacional alcance los USD 411,09 millones, lo que equivaldría al 3% del PIB y tendría la capacidad de generar hasta 500.000 empleos. Este ecosistema, perteneciente al sector terciario de servicios, encuentra su nicho más técnico en la estética y el cuidado capilar, donde la venta de productos se combina con servicios especializados como la aplicación de extensiones. Eventos como la Feria Belleza y Salud continúan siendo el motor clave para articular estas sinergias entre los actores nacionales e internacionales y mantener la ruta de innovación en el país. (garzón, 2025)

En los últimos años, la industria de la belleza y cuidado personal ha enfrentado importantes desafíos, marcados por los efectos de la post-pandemia, los cambios en las

preferencias de los consumidores y una creciente competencia global. Sin embargo, el sector ha demostrado resiliencia al adaptarse e innovar para satisfacer las nuevas demandas del mercado y las expectativas de los consumidores. A través del presente informe se expone un panorama resumido de la industria de belleza y cuidado personal a nivel mundial, regional y nacional, pasando por información de volumen de mercado, tendencias y datos sobre exportaciones, así como información acerca de las actividades que se han venido desarrollando desde la Iniciativa Clúster de Belleza y aquellas que se desarrollarán en los próximos meses. De acuerdo con Euro monitor, en 2023 el mercado global de belleza y cuidado personal alcanzó un valor aproximado de USD 570 mil millones, con un crecimiento del 3,3% frente a 2022. Se proyecta que el sector mantenga un crecimiento anual compuesto del 2,9% hasta 2026 (Gráfico 1), impulsado por la preferencia en ingredientes naturales, la sostenibilidad y la transformación digital mediante la adopción de inteligencia artificial (IA). Estos factores redefinirán los modelos de negocio y las dinámicas del mercado en los próximos años. (CAMARA DE COMERCIO DE CALI, 2024)

Ilustración 1 Segmento de negocio



***Proyecciones**

Fuente: Euromonitor – Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Fuente: Euromonitor – Elaboración: Cámara de Comercio de Cali

Análisis del mercado

Las cifras de 2024 muestran un crecimiento moderado en la industria de la belleza en el mundo, registrando un incremento de 2,3 %, 1 punto porcentual por debajo al registrado en 2023. Esta variación responde en gran medida a una transformación en la mentalidad del consumidor: Actualmente, el enfoque se dirige hacia la búsqueda de beneficios reales y el cumplimiento de objetivos de bienestar, dejando de lado la disposición a pagar precios elevados únicamente por el reconocimiento de marca. El concepto de valor se redefine: ya no se trata de adquirir productos por estatus o exclusividad sino de tomar decisiones de compra más inteligentes, conscientes y alineadas con un propósito claro.

De acuerdo con Euromonitor, el mercado global de belleza y cuidado personal alcanzó USD 593 mil millones en 2024, con un crecimiento anual compuesto del 1,0% durante los últimos cinco años. Estudios recientes de Euromonitor señalan que esta ralentización responde a un cambio en el comportamiento del consumidor, cada vez más cauteloso al momento de gastar. La sensibilidad al precio ha aumentado, y hoy los consumidores priorizan productos que ofrezcan beneficios tangibles y contribuyan a su bienestar, sin estar dispuestos a pagar un precio mayor únicamente por el valor de marca. Se proyecta que el sector mantenga un crecimiento del

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



3,0 % anual compuesto hasta 2028 (Gráfico 1), impulsado por macro tendencias como el consumo consciente y accesible, el bienestar integral orientado a la longevidad, y las experiencias inmersivas que fomentan la fidelización. (CAMA DE COMERCIO DE CALI, 2024)

Tabla 3Tendencias y fonques

Tendencia	Principal enfoque
Glamour en tiempos de recesión	Consumo más racional con enfoque en valor y calidad sin pagar de más
Confianza clínica	Preferencia por productos con respaldo científico y validación médica
Planes de bienestar prolongado	Alineación con objetivos de salud, bienestar y envejecimiento saludable
Fidelización inmersiva	Experiencias digitales, personalización y sentido de comunidad
Evaluación ecológica	Sostenibilidad, formatos más ligeros e información transparente sobre el impacto

Razones principales por las que se escogió este mercado, es por la gran cantidad de mujeres que habitan el barrio comunero 1, al observar que muchas mujeres no eran del todo satisfechas en su necesidad de ver se bien y está a la vanguardia del nuevo estilo. De esta manera Pelos y

Extensiones Mileidy entendió que este era el camino a un negocio exitoso. El público objetivo está definido de la siguiente manera:

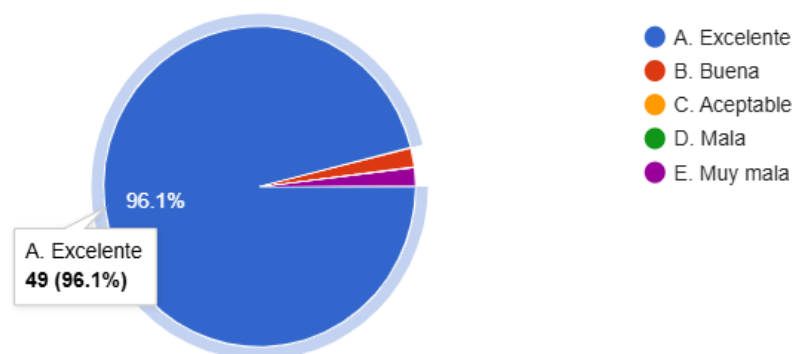
- **Género:** Principalmente mujeres, aunque con un segmento creciente de hombres interesados en el cuidado capilar especializado.
- **Edad:** Jóvenes y adultos entre los 25 y 55 años. Este rango tiene el poder adquisitivo para la inversión que requieren las extensiones y el mantenimiento capilar.
- **Nivel Socioeconómico:** Estratos 3, 4, 5 y 6. El gasto promedio de \$250.000 anuales mencionado en el texto es un promedio general que incluye aseo del hogar; sin embargo, el nicho de extensiones y servicios técnicos se clasifica como un consumo premium o de valor agregado, dirigido a quienes tienen un presupuesto discrecional más alto.

Ilustración 2 Calidad de servicio

3.6. Resultados de la investigación de mercados

1. ¿Cómo describirías la calidad del servicio en Pelos y Extensiones Mileidy (por ejemplo, corte, color, peinado, aplicación de extensiones entre otros)?

51 respuestas



Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydy.

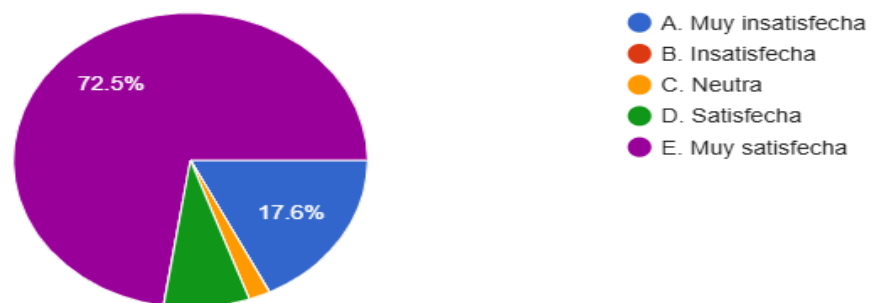


Los resultados del estudio de mercado revelan un nivel de satisfacción excepcional para Pelos y Extensiones MILEDY. El 96% de las clientas encuestadas califica el servicio como excelente como se muestra en la tabla 5, lo que posiciona al salón con una ventaja competitiva sólida y una reputación de alta calidad dentro del barrio Comuneros I."

Ilustración 3 Satisfacción de servicio

2. ¿Cómo calificarías tu satisfacción general con los servicios que recibiste en "Pelo y Extensiones Myleidy"?

51 respuestas



Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.

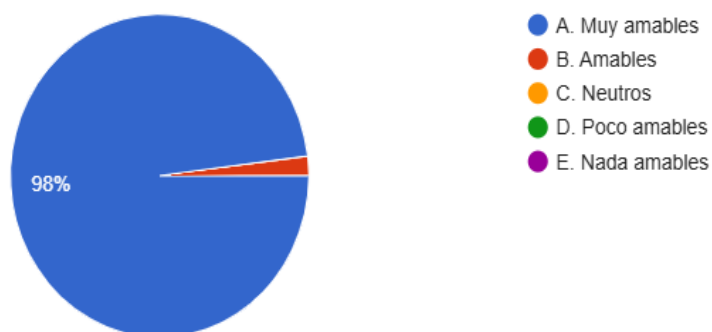


El diagnóstico de satisfacción para Pelos y Extensiones MILEDY refleja una base de clientes sólida, donde el 72% de las usuarias reporta estar muy satisfecha con el servicio recibido. No obstante, se identifica un 17% de insatisfacción crítica, lo cual representa una oportunidad de mejora inmediata para ajustar protocolos de atención y asegurar que la experiencia sea consistente para la totalidad de nuestras clientas.

Ilustración 4 Calificación y amabilidad

3. ¿Cómo calificarías el trato y la amabilidad del personal de Pelos y Extensiones Mileidy?

51 respuestas



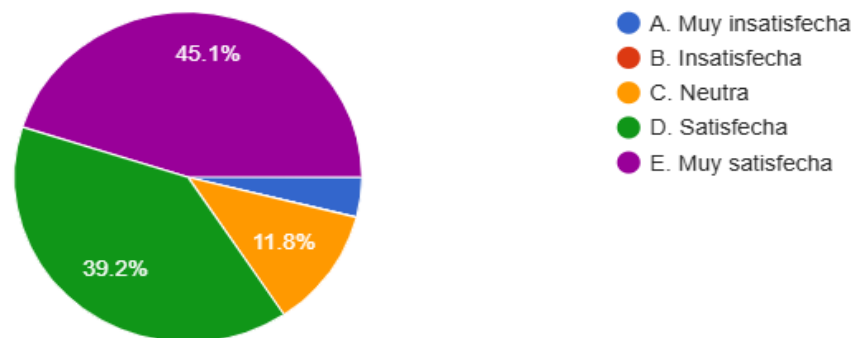
El servicio al cliente en Pelos y Extensiones MILEDY alcanza niveles de excelencia operativa,

Con un 98% de aprobación positiva por parte de las usuarias encuestadas. Este resultado refleja el éxito de los protocolos de atención implementados y el fuerte vínculo de confianza establecido con la comunidad de Comuneros.

Ilustración 5 tiempo de espera y puntualidad

4 ¿Qué tan satisfecho/a estás con el tiempo de espera y la puntualidad de la cita?

51 respuestas



La eficiencia operativa de Pelos y Extensiones MILEDY se refleja en la percepción de sus usuarias: más de 8 de cada 10 clientas (84.3%) aprueban la puntualidad del salón. La predominancia de la categoría 'Muy satisfecha' (45.1%) demuestra un respeto riguroso por el tiempo de la clienta, un factor crítico de éxito que diferencia al negocio frente a la competencia informal del sector.

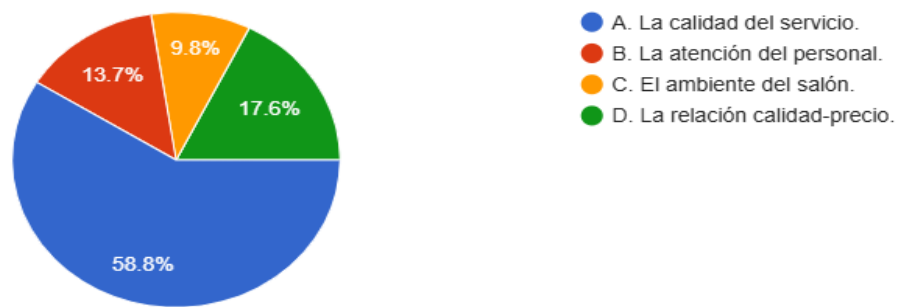
Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Ilustración 6 Experiencia en el salón

5. ¿Qué aspecto de tu experiencia con nosotros destacarías positivamente?

51 respuestas



El análisis de satisfacción revela que el modelo de negocio de Pelos y Extensiones MILEDY se fundamenta en la excelencia técnica, factor destacado por el 58.8% de las usuarias. Esta calidad se ve respaldada por una gestión del tiempo eficiente, donde el 84.3% de las clientas validan la puntualidad del salón. Estos indicadores aseguran una ventaja competitiva basada en la confianza y el cumplimiento de promesas al cliente.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Ilustración 7 Precio de los servicio

6. ¿Consideras que los precios de nuestros servicios son adecuados en relación con la calidad que recibiste?

51 respuestas

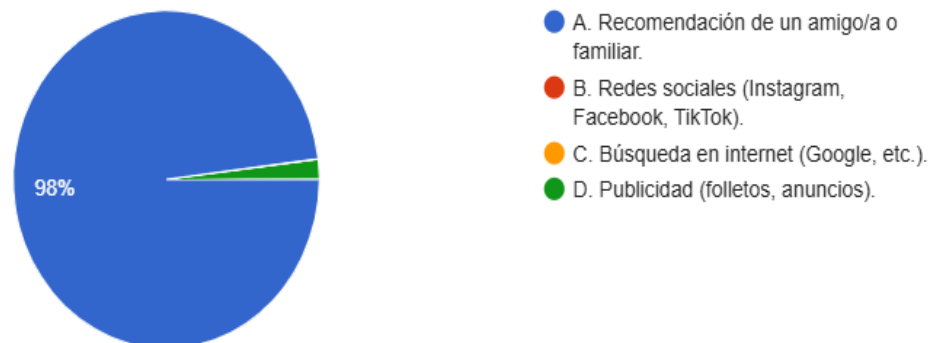


El diagnóstico de precio del mercado de Pelos y Extensiones MILEDY revela una propuesta de valor excepcional. Con un 100% de aprobación en la relación calidad-precio.

Ilustración 8 Información del salón

7 ¿Cómo te enteraste de "Pelo y Extensiones Myleidy"?

51 respuestas



La propuesta de valor de Pelo y Extensiones Myleidy se fundamenta en un estándar de excelencia técnica y una imagen de marca sólida, factores que han fortalecido el vínculo de

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



confianza con sus clientas. Esta fidelización se traduce en una ventaja competitiva excepcional: el 98% de la clientela actual ha llegado por recomendación directa de familiares o amigos.

Tabla 5 pregunta abierta

	Descripción de respuestas agrupadas	Cantidad de Personas
Satisfacción Total	Respuestas como: "Nada", "Todo muy bien", "Son las mejores", "Excelente servicio", "Me siento como en casa".	15
Servicio de Alimentos y Bebidas	Peticiones de: Café, agua, té, refrigerios o "que me guarden mi cafecito".	6
Optimización de Tiempos y Turnos	Peticiones de: No esperar tanto, mejor organización de turnos, puntualidad y rapidez en la atención.	4
Infraestructura y Espacio	Peticiones de: Un espacio más grande.	2
Entretenimiento y Personal	Peticiones de: Música de fondo, tener un televisor o personal exclusivo para ventas.	1
Total		28

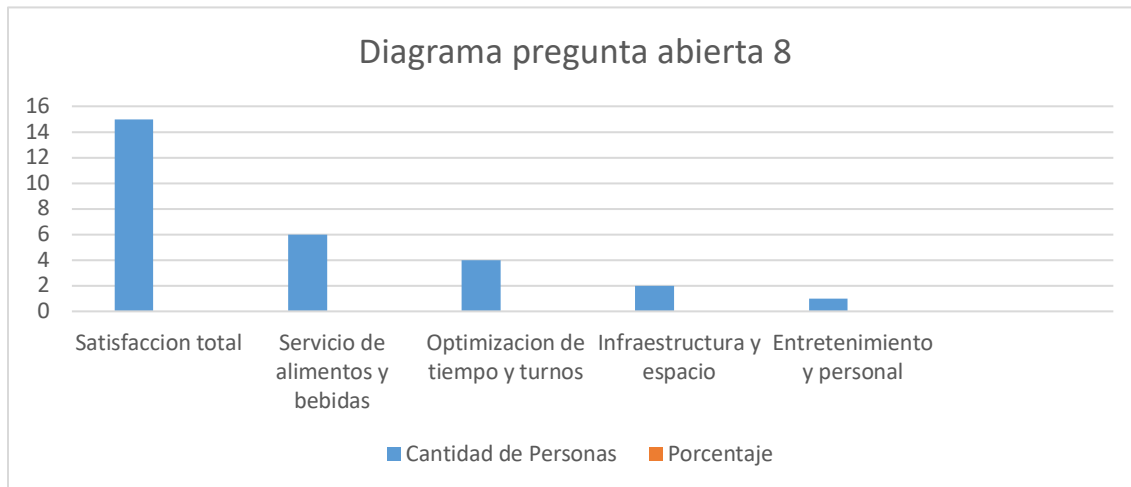
8. ¿Qué podemos hacer para mejorar tu próxima visita?

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Esta pregunta la realizamos de forma abierta para conocer la percepción de los clientes de pelos y Extensiones MILEIDY.

Tabla 6 Mejoras para el salon



Instalaciones.

Limpieza y orden: El 100% de la muestra validó positivamente las condiciones del salón, dividiéndose en un 70,6% que lo consideró "muy limpio" y un 29,4% que lo calificó como "limpio".

Oportunidades de Mejora (Sugerencias del Cliente)

A través de preguntas abiertas, las clientas manifestaron ciertas peticiones para mejorar sus futuras visitas:

- **Servicio de bebidas:** Solicitudes para ofrecer café, agua, té o refrigerios.
- **Eficiencia:** Peticiones para no esperar tanto y mejorar la organización de los turnos.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.

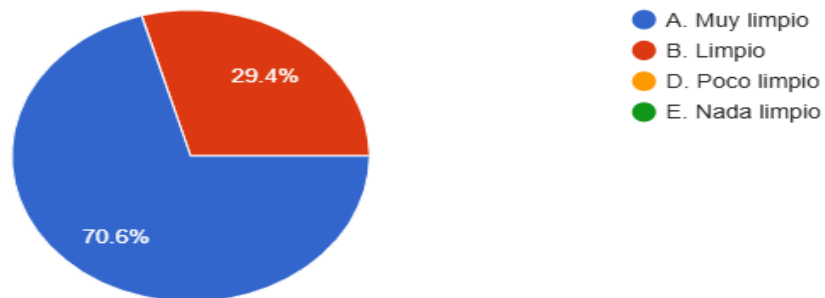


- **Infraestructura:** Sugerencias para ampliar el local y tener un espacio más grande.
- **Entretenimiento:** Recomendaciones para incluir música de fondo o instalar un televisor.

Ilustración 9 Orden del local

9. ¿Qué tan limpio y ordenado encontraste el salón durante tu visita?

51 respuestas



Esta gráfica evalúa la percepción de las clientas sobre las condiciones sanitarias y organizativas de Pelo y Extensiones Myleidy. Excelencia en Mantenimiento: El 70.6% de las encuestadas percibió el salón como "Muy limpio". Aprobación Total: El 29.4% restante lo

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



calificó como "Limpio". Interpretación Estratégica: El 100% de la muestra valida positivamente el estado del salón. En un negocio donde se manipula cabello y se comparten espacios, este indicador garantiza que el establecimiento cumple con los estándares de bioseguridad y genera la confianza necesaria para que la clienta se sienta cómoda y segura.

Ilustración 10 Futuras visitas

10. ¿Volverías a utilizar nuestros servicios en el futuro?

50 respuestas



Pelos y Extensiones MILEDY ha logrado algo que pocos negocios consiguen: la confianza total de sus clientes. Esto se resume en tres puntos clave: la Fidelidad Total: El 100% de las clientas afirma que volverá, lo que asegura ventas constantes y seguras para el negocio

Conclusión de la Encuesta realizada al salón de PELOS Y EXTENCIONES MILEIDY.

- **Satisfacción y Calidad del Servicio**

Calidad percibida: El 96% de las clientas encuestadas calificó el servicio como excelente, lo que le otorga al negocio una sólida ventaja competitiva. El 58,8% destacó específicamente la excelencia técnica como el mejor aspecto de su experiencia.

Satisfacción general: El 72% de las usuarias reportó estar muy satisfecha con el servicio recibido. Sin embargo, se identificó un 17% de insatisfacción crítica, lo cual se señala como una oportunidad inmediata de mejora.

Atención al cliente: El trato y la amabilidad del personal alcanzaron un nivel de excelencia con un 98% de aprobación positiva.

Puntualidad: El 84,3% de las clientas aprobó la eficiencia en los tiempos de espera, con un 45,1% que se declaró "muy satisfecha" con este aspecto.

- **Percepción de Valor y Fidelización**

Relación calidad-precio: Existe un 100% de aprobación en que los precios son adecuados en relación con la calidad del servicio recibido.

Canal de atracción: La propuesta de valor y la confianza generada han provocado que el 98% de la clientela actual haya llegado por recomendación directa de familiares o amigos.

Fidelidad: El 100% de las clientas encuestadas afirmó que definitivamente volvería a utilizar los servicios del salón en el futuro.

- **Perfil del Mercado Objetivo**

Gracias a esta investigación, la empresa definió claramente su segmento de clientes:

- **Demografía:** Principalmente mujeres (con un incipiente crecimiento de público masculino interesado en cuidado capilar) entre los 25 y 55 años de edad.
- **Nivel Socioeconómico:** Personas pertenecientes a los estratos 1, 2, y 3, que cuentan con el poder adquisitivo necesario para invertir en extensiones y servicio de belleza.

3.7. Identificar el Cliente Real

El cliente ideal de Pelos y Extensiones MILEIDY está compuesto principalmente por mujeres de entre 25 y 55 años. Este rango de edad es el más relevante para el negocio, ya que representa el segmento poblacional con el poder adquisitivo necesario para invertir en extensiones y tratamientos capilares especializados.

En cuanto a su perfil socioeconómico, las clientas pertenecen a los estratos 1, 2 y 3, y cuentan con un nivel educativo superior, destacándose como tecnólogas y profesionales

universitarias. Geográficamente, se encuentran ubicadas en el barrio Comuneros I (Comuna 15 del Distrito de Aguablanca en Cali) y sus zonas aledañas.

no obstante, el negocio también atrae a consumidoras de estratos **4 y 5** que se desplazan desde otros sectores de la ciudad motivadas por la especialización técnica y la calidad del cabello humano garantizada.

Este público se caracteriza por priorizar su imagen personal y estética como un motor de seguridad y autoestima, valorando por encima de toda la excelencia técnica, la honestidad en el origen de los insumos y el trato amable. En este modelo de negocio, la figura del **cliente y el consumidor suelen coincidir**, ya que es la misma mujer quien toma la decisión de compra, financia el servicio y disfruta del resultado final. Es una audiencia que basa su confianza en el "voz a voz" —como lo demuestra el hecho de que el 98% llega por recomendación— y que busca una experiencia integral que combine bioseguridad, puntualidad y un ambiente de atención profesional que justifique su inversión en un servicio de belleza transformador.

3.8. Propuesta de Valor

"Nuestra propuesta se fundamenta en la transformación de la imagen y la autoconfianza de la mujer (entre los 25 y 55 años) mediante una experiencia estética integral que fusiona la alta especialización técnica con un profundo sentido ético. Nos diferenciamos en el mercado no solo por nuestra excelencia operativa, sino por garantizar protocolos estrictos de bioseguridad y total transparencia en el origen de nuestros insumos, asegurando que cada servicio sea una inversión real en la salud capilar y el bienestar emocional de nuestras clientas.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



A través de un portafolio de servicios especializados que incluye técnicas novedosas en cepillado, coloración profesional, alisados y trenzados, utilizamos exclusivamente productos de alta calidad que protegen la integridad física de la usuaria. En **Pelos y Extensiones Mileydi**, cada procedimiento está diseñado para ser una experiencia memorable y 'mágica', fidelizando a nuestras clientes y dinamizando tanto la prestación de servicios como la comercialización de productos exclusivos.

Con una visión de liderazgo hacia el 2030, nos proyectamos como el salón de belleza integral referente en todo el suroriente colombiano. Para lograrlo, potenciamos nuestro crecimiento mediante una estrategia digital robusta en plataformas como TikTok, Instagram y WhatsApp, canales donde conectamos nuestra oferta de valor con las necesidades de nuestra comunidad, consolidando una marca confiable, moderna y cercana.

Tabla 7 Modelo Canvas

Modelo Canvas Pelos y Extenciones MILEYDI

Socios claves

- Universal de el cabello.
- Pelo king
- Colmena Cali
- Colmenita.
- Extai

Actividades claves

1. Venta de productos de belleza como:
 - alizadoras
 - tratamientos capilares
 - pelos y extensiones para el cabello.
2. Realización de peinados e instalación de extensiones humanas y procesadas.

Recursos claves

- Proveedores nacionales e internacionales de productos de belleza.
- Trabajadores capacitados en tratamientos, ventas y aplicación de productos de belleza.
- Capital para gasto de funcionamiento y stop de inventario

Propuesta de valor

Transformación de la imagen femenina mediante servicios especializados de extensiones, asesoría personalizada y un modelo de belleza ética con impacto social en el barrio comuneros 1 y sus alrededores.

Relaciones con el cliente

Ofrecer productos de belleza de excelente calidad y a un precio justo. Desarrollando en cada mujer un resalte de su belleza por medio de los productos de alta calidad ofrecido por pelos y extensiones mileidy.

Canales

- Redes Sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp).
- Plataformas de Reserva Online.
- Punto de Venta Local.
- Eventos y Ferias (Días especiales una vez por año)

Segmentos de clientes

Mujeres entre las edades de 10 a 50 años, ubicadas en el Barrio comuneros 1 y sus alrededores, de estrato 1, 2 y 3, con nivel educativo tecnológico.

Mujeres que buscan resaltar su belleza, a través de productos de belleza con los más altos estándares de calidad.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileidy.



3.9 Competencia

Aquí es importante conocer si en el mercado hay competidores con relación al producto o servicio a ofrecer.

Tabla 8. Guía Plan de Negocios Fondo Emprender

Competencia						
Competidor	Descripción	Localización	Productos y servicios (Atributos)	Precios	Atención	Pagos
Miscelánea y colmena YESS	Es un negocio ubicado a dos cuadras de la Sala de Belleza Pelos y Extensiones Mileidy que	El local está ubicado en el Barrio comuneros 1 en la dirección Carrera 35 # 57-03	-Venta de cabello sintético unidad de medida de precio: kanecalon - Venta de tratamiento capilares para el precio por unidad.	\$ 8.500 \$7.500 \$90.000 \$80.000 \$ 24.000	La atención es personalizada, cada mujer debe separar turno para cualquier servicio dentro del	Transferencia.Nequi o pago en efectivo.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



	ofrece bienes y servicios similares a esta empresa. Cuenta con 2 personas de planta para su atención y tiene 12 años de permanencia en el barrio.		- Servicio de peinado y alisado por unidad para el precio de venta. - Puesta de extensiones precio por persona atendida. - manicure y pedicura precio de atención por persona		salón, no se le ofrecen bebidas los clientes. El horario de atención es de 9:30am a 8:00pm	
--	---	--	---	--	--	--

Tomado de: Guía Plan de Negocios Fondo Emprender

Dentro del análisis de la competencia se debe identificar las ventajas y desventajas que presentan sus competidores. Con el fin de lograr un buen análisis de la competencia es necesario considerar la mayor cantidad de información de cada uno de los competidores. Es necesario identificar competidores de productos sustitutos, así como su propuesta de valor.

3.10 Estrategias de mercadeo

Se formulan las estrategias de mercado de Pelo y Extensiones Mileidy a partir de las 4 P del Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción).

Producto

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



- Servicio Estrella: Extensiones de cabello de alta calidad con técnica profesional y ética (uso de materiales duraderos y procesos que cuidan la salud capilar).
- Servicios Complementarios: Peluquería integral (trenzado, corte de cabello, aplicación de tintes, peinado) y asesoría de imagen personalizada para cada tipo de rostro y estilo de vida. Diferenciador: El "Sentido Ético". No es solo vender un servicio, es garantizar la procedencia del cabello y la bioseguridad en cada proceso.
- Experiencia: Ambiente amable, lugar limpio, empatía con el cliente y personal técnico calificado y con experiencia que genera confianza inmediata.

Precio

- Estrategia de Valor: Dado que ofrece una "especialización de alto nivel", el precio no debe ser el más bajo del Barrio, sino uno que refleje la calidad superior y la durabilidad.
- Táctica de Penetración: Ofrecer "combos" de bienvenida para nuevas clientes (ej. Extensión + Hidratación post-colocación) para que prueben la diferencia técnica.
- Precios Escalables: Diferentes rangos según el tipo de fibra o cabello (natural vs. procesado) para ser inclusivos con diferentes presupuestos en el sector, pero manteniendo el estándar profesional de calidad y durabilidad del trabajo realizado.

Plaza / Distribución

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



- **Ubicación Física:** El local principal se encuentra ubicado en el barrio Comuneros I (Distrito de Aguablanca), el cual está debidamente señalizado y decorado de forma que proyecta la "Excelencia" que promete la marca.
- **Canales de Reserva:** Implementación de agendamiento vía WhatsApp Business e Instagram, permitiendo que la cliente no tenga que esperar físicamente, optimizando su tiempo.
- **Distribución de Productos:** Venta de productos de mantenimiento capilar (shampoo, tratamientos, pelucas entre otros) en el local para que la cliente se lleve el cuidado a casa.

Promoción

- **Premio a la fidelidad** publicados (Redes Sociales del Salón de Belleza):
- **Instagram y TikTok:** Publicar videos de "Antes y Después" que demuestren la maestría en extensiones.
- **Educación:** Crear contenido sobre cómo cuidar las extensiones para posicionarse como autoridad técnica.
- **Marketing Relacional (la voz a voz):** Programa de referidos: "Trae a una amiga y ambas reciben un 15% de descuento en su próxima visita ". Esto es clave en barrios con fuerte tejido social como el Distrito.
- **Presencia en Eventos:** Participar en ferias locales de belleza para mostrar los resultados de la marca y captar bases de datos.
- **Publicidad Local:** Uso de pasacalles o volantes con código QR en puntos estratégicos del Barrio (comercios cercanos) para atraer tráfico al local.

3.10.1. Estrategia de venta

El sector de la belleza y el cuidado personal en el suroriente colombiano ha demostrado ser uno de los mercados con mayor resiliencia y potencial de crecimiento. En este escenario, Pelos y Extensiones Mileydi ha logrado posicionarse no solo como un centro de servicios estéticos, sino como un referente de confianza y calidad para la mujer contemporánea. Tras un análisis exhaustivo del diagnóstico organizacional y los resultados obtenidos en las recientes investigaciones de mercado, se hace evidente que el negocio se encuentra en un punto de inflexión estratégico.

A continuación, se presentan las estrategias diseñadas para Pelos y Extensiones Mileydi. Estas propuestas no solo buscan incrementar la captación de nuevas clientas, sino transformar cada interacción en una "experiencia mágica" y memorable. A través de un enfoque en la venta consultiva, el aprovechamiento de plataformas digitales y un programa robusto de fidelización, el

negocio se prepara para escalar su impacto, consolidando su promesa de valor: belleza con ética, seguridad y profesionalismo.

Venta personalizada

- Implementar una ficha técnica obligatoria antes de cada servicio. No solo se vende el "cepillado" o la "extensión", se vende una solución a la salud capilar de la clienta.
- Capacitar a las auxiliares para que, tras un servicio técnico, recomienden productos específicos para la durabilidad y salud del cabello (shampoo, tratamientos) de las marcas aliadas (como Pelo King), asegurando ingresos constantes.
- Diagnóstico Capilar Gratuito: La venta no inicia con el precio, sino con una asesoría sobre el tipo de fibra, técnica de postura (punto a punto, adhesivas, etc.) y tono que mejor se adapte a la salud capilar de la clienta. Esto genera la confianza que el documento destaca como vital.
- Cierre por Valor Agregado: Resaltar que el precio incluye no solo el cabello, sino la garantía de bioseguridad y el uso de técnicas que no maltratan el cabello natural.

Estrategia de transformación digital (Visión 2030)

Aprovechando la oportunidad de expandir la presencia en redes sociales:

- Redes Social como TikTok e Instagram: Crear contenido tipo "Antes y Después" que demuestre la calidad de las extensiones de origen ético. Esto genera la "confianza" que el diagnóstico señala como una falencia del sector.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



- Automatización de Citas vía WhatsApp: Resolver la debilidad de "falta de registro sistemático" mediante el uso de WhatsApp Business para agendar y recordar citas, reduciendo el ausentismo y mejorando la atención al cliente.

Estrategia de fidelización "Voz a Voz "

Dado que el 98% de la captación histórica ha sido por recomendación y cercanía:

- Programa de Referidos: Otorgar un beneficio (descuento en mantenimiento o hidratación de regalo) a las clientas habituales que traigan a una nueva persona del barrio Comuneros I.
- Experiencia Memorable ("Efecto Mágico"): Estandarizar el protocolo de servicio para que incluya un valor agregado (masaje capilar o asesoría de imagen gratuita), reforzando la buena imagen institucional ya existente.

3.10.2. Plan de Acción Inmediato (Cronograma de Ventas)

Mes 1: Lanzamiento de la campaña digital "Resalta tu belleza" en Instagram y TikTok enfocada en mujeres de 25 a 55 años.

Mes 2: Implementación del software de gestión o base de datos en Excel para el control de clientes y seguimiento post-venta.

Trimestral: Realizar talleres de formación técnica (educación no formal) que, además de generar ingresos, posicionen a Mileydi como la autoridad experta en el Distrito de Aguablanca.

Con estas estrategias de venta la sala de belleza PELOS y EXTENCIONES MILEIDY lograra para el 2030 un crecimiento en un 20% en ventas y en un 40% en nuevos clientes, tomando en cuenta la información brindada por la encuesta realizada a sus clientes frecuentes.

3.10.3. Concepto de producto o servicio

Alternativa de Solución

La solución propuesta consiste en ofrecer un servicio integral de estética capilar especializada y venta de productos de alta calidad, que resuelve la necesidad de las mujeres de mejorar su apariencia física y autoestima mediante el uso de extensiones de cabello humano de alta calidad.

A diferencia de las peluquerías convencionales, esta alternativa se enfoca en eliminar los "puntos de dolor" identificados en el mercado local: la falta de profesionalismo técnico, el uso de materiales sintéticos de baja calidad y la mala atención. La solución de Mileidy combina excelencia técnica (posturas que no dañan el cabello natural) con un trato ético y personalizado, garantizando la procedencia del cabello y la bioseguridad en cada procedimiento.

¿Qué se va a vender?

El negocio comercializa principalmente servicios que conducen a resaltar y transformar la belleza femenina, ofreciendo un servicio integral manteniendo un stock de inventarios de todos los productos relacionados con este procedimiento estético. El proceso de venta se realizará de la siguiente forma:

- ✓ **Venta y Postura de Extensiones:** Se vende cabello 100% humano y sintético procesado en diferentes longitudes y tonos, junto con el servicio técnico de colocación del mismo. Usando diversas técnicas profesionales (como punto a punto o adhesivas) que aseguran un acabado natural y duradero.
- ✓ **Mantenimiento Capilar:** Un servicio recurrente esencial donde se retiran, limpian y reubican las extensiones a medida que el cabello natural crece, asegurando la salud del cuero cabelludo de la clienta.
- ✓ **Tratamientos Complementarios:** Servicios de hidratación, corte y finalizado para que las extensiones se mezclen perfectamente con el cabello propio.
- ✓ **Productos de Cuidado (Venta Cruzada):** Kits de cuidado del cabello (shampoo, acondicionador, cremas para peinar, cepillos y aceites) específicos para prolongar la vida útil del cabello procesado.

3.10.4. Estrategia de distribución

El negocio pelos y Extensiones Mileydi utilizará los siguientes canales de distribución:

- **Canal Directo Físico (Punto de Venta Propio)**

Este es el canal principal y más crítico, ya que el servicio requiere la presencia física de la clienta.

- **Ubicación Estratégica:** Mantener y potenciar el local en el barrio **Comuneros I**. Al ser un servicio de "tradición en el lugar", el establecimiento debe funcionar no solo como salón de belleza, sino como un *showroom* donde se exhiban los diferentes tipos de cabello humano disponibles.

- **Ambiente de Confianza:** Dado que el documento resalta la "amabilidad" y "limpieza", el canal físico debe estar diseñado para ofrecer comodidad y confort, (café, música, aire acondicionado), diferenciándose de las peluquerías informales de la zona.

3.10.5. Canal Digital Directo (Citas y Asesoría)

Para penetrar en el mercado de Estratos 3 a 4 y captar clientas fuera de la Comuna 15, es vital un canal digital que funcione como puente hacia el local físico:

- **WhatsApp Business:** Es el canal de cierre de ventas más efectivo. Permite enviar fotos del catálogo, dar precios estimados y agendar citas de forma inmediata.

- **Redes Sociales (Instagram y TikTok):** Funcionan como canales de **exhibición y preventa**. El uso de videos de transformaciones (antes y después) es la forma más rápida de penetrar en el mercado joven (25-35 años) que busca referentes visuales de calidad técnica.

- **Canal de Referencia (Voz a Voz Estructurado)**

Tomando en cuenta que el **98% de los clientes actuales** vienen por recomendación. Esto convierte la clienta actual en un "canal de distribución" humano.

Embajadoras de Marca: Incentivar a las clientas recurrentes para que traigan a nuevas personas. Esto no es solo publicidad, es una red de distribución de confianza que reduce el costo de fidelización de nuevas clientas.

- **Alianzas Estratégicas (Canal de Afiliación)**

Para penetrar en nuevos segmentos sin invertir en publicidad masiva, se pueden establecer alianzas con negocios complementarios que comparten el mismo público objetivo (mujeres entre los 25-55 años):

- **Tiendas de Ropa o Boutiques Locales:** Entrega de cupones de descuento para diagnóstico capilar gratuito a las clientas que compren prendas de vestir.
- **Centros de Estética y Uñas:** Alianzas donde ellos refieran para extensiones y tú refieras para manicura, creando un ecosistema de belleza integral.

- **Canal Domiciliario Premium (Opcional para Penetración)**

Como estrategia de penetración para clientes de estratos 5 y 6 que prefieren la privacidad o no desean desplazarse hasta Comuneros I:

Servicio VIP a Domicilio: Ofrecer la postura de extensiones en casa de la clienta con un recargo por transporte. Esto permite romper la barrera geográfica y atraer a un público con mayor poder adquisitivo que valora el ahorro de tiempo.

3.10.6. Estrategia de Precio

En el sector de la estética y las extensiones de cabello, el precio es un indicador de calidad y profesionalismo. Conscientes de esto, la estrategia de precios de nuestro plan de negocios busca reflejar la exclusividad de nuestros servicios y la alta calidad de los productos capilares ofrecidos. Los siguientes apartados describen cómo hemos definido nuestras tarifas de lanzamiento, priorizando la accesibilidad para nuestro segmento objetivo sin sacrificar el margen de rentabilidad, e integrando condiciones de pago flexibles que faciliten la fidelización de nuestras clientes.

- **Estrategia de "Precios por Combo"**

En lugar de vender los servicios por separado, agrúpalos para que el cliente sienta que ahorra, aunque tú mantengas tu margen.

Cómo implementarla: Crea el "Combo Renovación Total". Por ejemplo: Puesta de extensiones + Tratamiento capilar por \$83.000 (en lugar de \$87.500 si se pagan por separado).

Por qué funciona: Aumenta el ticket promedio de venta. Es más fácil que una clienta acceda a un tratamiento si siente que le sale más barato por hacerse las extensiones el mismo día.

- **Estrategia de "Precio de Introducción con Cupón"**

En lugar de bajar tus precios oficiales en la lista, usa un descuento temporal para atraer clientes nuevos o premiar la fidelidad.

- **Cómo implementarla:** Ofrece un "Bono de Bienvenida" de \$10.000 de descuento únicamente para el servicio de *Peinado y Alisado* en su primera visita. El precio oficial sigue siendo \$90.000, pero la clienta paga **\$80.000** solo esa vez.

- **Por qué funciona:** No devalúas tu trabajo permanentemente. La clienta sabe que el servicio vale \$90.000 y lo apreciará como algo premium, pero el descuento inicial la motiva a probar tu mano por primera vez.

- **Estrategia de "Precio por Fidelidad" (Tarjeta de Puntos)**

Es una forma de "precio diferido" que incentiva a la clienta a volver varias veces.

- **Cómo implementarla:** Crea una tarjeta física o digital donde, por cada 4 servicios de *Peinado y Alisado*, el quinto tenga un **50% de descuento**.

- **Por qué funciona:** Es muy común en peluquerías. Aseguras que la clienta te elija a ti durante 5 meses seguidos. Al final, el descuento que otorgas se compensa con la recurrencia y la venta de otros productos (como tratamientos o cabello) durante esas visitas.

3.10.7. Estrategia de promoción

Con el objetivo de consolidar el posicionamiento del salón de belleza Pelos y **Extensiones Mileydy** como un referente de calidad y confianza en el sector de la belleza capilar, se ha diseñado un plan de promoción integral. Estas estrategias no solo buscan atraer a nuevas consumidoras dentro del segmento de mujeres de 25 a 55 años, sino también capitalizar la alta tasa de recomendación que caracteriza a la empresa, transformando la satisfacción de las clientas actuales en un motor de ventas.

A continuación, se detallan las acciones tácticas que integran el uso de canales digitales, el marketing relacional y la presencia local.

Estrategia de Contenidos y Redes Sociales

- **TikTok e Instagram:** Se publicarán videos de "Antes y Después" para demostrar la maestría técnica en la postura de extensiones y generar confianza en las nuevas clientas.
- **Contenido Educativo:** Creación de material sobre el cuidado de las extensiones para posicionar a la marca como una autoridad técnica en el sector.
- **Campañas Específicas:** Lanzamiento de la campaña digital "Resalta tu belleza", dirigida específicamente a mujeres entre los 25 y 55 años.

- **Programa de Referidos:** Implementación de la táctica "Trae a una amiga", donde tanto la clienta habitual como la nueva reciben un 15% de descuento en su próximo mantenimiento o un servicio de hidratación gratuito.

3.10.8. Estrategia de comunicación

Para dar a conocer los servicios de **Pelos y Extensiones Mileydi** y alcanzar de manera efectiva al segmento de mujeres entre 25 y 55 años, se proponen las siguientes estrategias de publicidad.

Publicidad de Cercanía.

- **El "Volante Útil":** En lugar de un volante común, entrega una tarjeta que por un lado tenga los cuidados básicos del cabello y por el otro la publicidad del negocio. Esto hace que la clienta guarde el papel porque le sirve.
- **Alianzas de barrio:** Deja tarjetas de presentación en la caja de la panadería, la miscelánea o la tienda de ropa vecina. A cambio, puedes ofrecerles un descuento especial a los dueños de esos locales para que ellos mismos recomienden el sitio.

WhatsApp: Tu vitrina diaria

Estados de WhatsApp: Esta es la herramienta más poderosa y cotidiana. Publica fotos reales cada día: un proceso, una clienta sonriendo, o la llegada de nuevo cabello. Evita las fotos de catálogo de internet; la gente del barrio confía en lo que ve que se hace allí mismo.

Listas de difusión personalizadas: Envía un mensaje corto una vez al mes a las clientas que hace tiempo no van, saludándolas y recordándoles que es hora de un mantenimiento para que su cabello no sufra.

3.10.9. Estrategia de servicio

Para que la gestión de **Pelos y Extensiones Mileydy** sea profesional, pero mantenga esa cercanía que genera confianza en el barrio, los procedimientos deben ser claros y fáciles de cumplir. Para cumplir con este propósito se realizan varias estrategias orientadas a el fortalecimiento del servicio.

Servicio Post-Venta: "El Acompañamiento"

El objetivo es que la clienta no se sienta "**olvidada**" después de pagar.

- **El Mensaje del Tercer Día:** Tres días después del servicio, se le enviara un mensaje de WhatsApp personalizado: "Hola [Nombre], ¿cómo te has sentido con tus extensiones? Recuerda desenredarlas con el cepillo suave que te recomendamos". Esto previene quejas futuras y demuestra interés real.
- **Guía de Cuidados por PDF o Foto:** Al terminar el servicio, se enviará una imagen bonita al WhatsApp con "Las 5 recomendaciones para el buen cuidado de tus

Extensiones" (no dormir con el pelo mojado, usar protector térmico, etc.). Es más difícil que se pierda que un papel físico.

- **Recordatorio de para un nuevo servicio:** Un mes después, envíale un saludo: "Tu cabello ha crecido y es momento de ajustar tus extensiones para que sigan luciendo naturales. ¿Te reservo un espacio esta semana?".

- **Garantías del Servicio: "Palabra de Confianza"**

En el mundo de las extensiones, la garantía es lo que más seguridad le da a la clienta para invertir su dinero. Es muy valioso para una mujer cuando el salón de belleza le da respaldo en cuanto a los productos y procedimientos realizados, pensando en esta ley universal se realizará las siguientes estrategias para garantizar una cobertura total.

- **Garantía de "Ajuste Perfecto" (8 días):** Ofrece una semana de garantía total. Si una trenza o parte de la extensión se suelta o siente que le talla, puede volver y se le ajusta sin costo y sin filas.

La Estrategia: Establece que las garantías técnicas (un punto suelto, una reacción alérgica al procedimiento) se atienden de forma prioritaria en los primeros 10-15 minutos de cualquier jornada, sin necesidad de cita.

Manejo de Reclamos "Café y Solución": Si una clienta llega molesta, la estrategia cotidiana es: sentarla, ofrecerle algo de tomar, escucharla sin interrumpir y solucionar el problema técnico de inmediato. La mejor publicidad es una queja bien resuelta.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



3.10.10. Presupuesto mezcla de mercado

Tabla 9. Presupuesto mezcla de mercado

Estrategia (Marketing Mix)	Actividades Clave	Recursos Necesarios	Costo Estimado (Mensual/Inicial)
Producto (Calidad y Ética)	Combinación de trenzado con fibras Kanekalon y cabello natural para estilos personalizados.	Ofrecer estilos únicos que no se encuentren en la competencia local.	Aumento de la exclusividad y del valor percibido del servicio.
Precio (Valor y Fidelidad)	Implementación de "Precios por Combo" y tarjetas de puntos para fidelización.	Diseño e impresión de tarjetas de lealtad físicas/digitales.	\$150.000 COP (Impresión/Diseño)
Plaza (Distribución)	Mantenimiento del punto físico y lanzamiento del prototipo de servicio a domicilio (VIP).	Vehículo propio (rodamiento), maletín técnico "herramientas de belleza".	Gastos de rodamiento y viáticos según zona.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Promoción (Comunicación)	Campaña "Resalta tu belleza" en TikTok/Instagram y programa de referidos.	Publicidad paga en redes, volantes con QR, incentivos por recomendación.	\$350.000 COP (Pauta digital y material POP).
-----------------------------	---	---	---

3.10.11. Estrategia de alianzas comerciales

Establezca sus aliados comerciales.

- "En **Pelos y Extensiones Mileydy**, la satisfacción de nuestras clientas y su percepción sobre la excelencia del servicio son los pilares fundamentales de nuestra operación. Entendemos que para garantizar resultados superiores es imperativo el uso de productos de altísima calidad que cumplan con las exigencias del mercado actual. Por ello, con el fin de satisfacer esta demanda y asegurar la salud capilar de quienes confían en nosotros, hemos consolidado alianzas estratégicas con las empresas más prestigiosas del sector en la región, entre las que destacan:

- La divina providencia; suministran los tratamientos capilares,
- Distribuidora kala: Suministran el pelo kanekalon.
- Colmena John; suministro de alisadoras (organic, lovingarden)
- Variedades Goretti: Proveedor de tintes y colores para el cabello
- Variedades la Orquidia: Tratamientos capilares, alisadoras, maquillaje,

3.11. Proyección de Ventas

La proyección de ventas se realiza a cinco años. Defina unidades a vender por mes y año.

Tenga en cuenta que esta se realiza con base en resultados obtenidos en la investigación de mercados, por tanto, justifique en que se basó para realizar esa proyección.

Para realizar esta parte del plan de negocios se debe tener en cuenta la información obtenida en la tabulación de la encuesta y debe estar relacionada con dos preguntas que son básicas para obtener la proyección de la de las ventas que son ¿conque frecuencia compraría o adquiriría o utilizaría este bien o servicio? y ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este bien o servicio?

3.12. Análisis y Sistematización – Resultados

Sistematice y analice la información obtenida a partir de la aplicación de los instrumentos.

Se sugiere sintetizar la información obtenida en la investigación de mercados a través de matrices tales como:

- Mapa de empatía.
- Matriz mercado-producto.
- DOFA comercial, entre otros.

No se recomienda el uso de una matriz en particular sino de aquella que sea más adaptable al tipo de producto, servicio, mercado o al equipo de trabajo.

4. MÓDULO DE OPERACIÓN

4.1 Ficha Técnica

A continuación, se presenta una ficha de los principales productos y servicios que ofrece la sala de belleza Pelos & Extensiones Mileidy.

Tabla 10 Ficha técnica del planchado de caballo

ITEM		DESCRIPCIÓN
Producto específico - Planchado de cabello	Denominación común del servicio Proceso de planchado de cabello natural, fibra sintética y procesadas.	El planchado no es un proceso único, sino que se clasifica según la herramienta, el estado del cabello y el resultado deseado. 1.Planchado Temporal (Térmico). 2.Planchado de Sellado (Post-Tratamiento).

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



		3.Planchado según el Estado del Cabello. 4. Planchado para Extensiones.
Nombre comercial	Denominación comercial que se propone	Descripción general
Nombres comerciales para el proceso de planchado de cabello: • Aura Capilar • Cielo Capilar • Cosmo Cabello: • Eterno Brillo	• Planchado adulto. • Planchado para niñas.	Es un procedimiento técnico de alta precisión diseñado para transformar la estructura capilar, eliminando el frizz y aportando un brillo espectacular mediante la aplicación controlada de calor. Este proceso utiliza planchas de cerámica o titanio que distribuyen la temperatura de manera uniforme, lo que permite ablandar las cutículas y alinear las fibras rebeldes sin

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



		comprometer la integridad de la hebra. La técnica se eleva a un estándar Premium mediante un diagnóstico personalizado que determina la temperatura exacta según la porosidad del cabello, el uso obligatorio de termoprotectores de alta gama para blindar la queratina y un sellado final con sérums hidratantes.
Condiciones especiales	Describe las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto/servicio.	Otros
-Lava y seca completamente tu cabello. -Aplica protector térmico para proteger del calor. -Divide el cabello en secciones pequeñas. -Selecciona la temperatura adecuada según tu tipo de cabello.	1. Antes de iniciar el proceso necesitas unas pinzas/gomas para recoger el pelo, un cepillo y la plancha. Con el pelo seco y el protector capilar aplicado, tienes que desenredar la	.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



-Plancha desde las raíces hasta las puntas lentamente. -Repite el proceso en cada sección. Temperatura ideal según tu tipo de cabello -Cabello fino o dañado: 120°C a 150°C. -Cabello normal u ondulado: 160°C a 180°C. Cabello grueso o rizado: 190°C a 230°C.	melena y regular la temperatura de la plancha. -Se debe planchar el pelo de medios a puntas, sin acercarlo mucho a la raíz para que no pierda volumen el peinado. -Utilizar planchas de calidad para evitar el frizz. -Prolongar el efecto con un producto fijador que le dé brillo a la melena. Si te gusta el efecto wet te recomendamos el Gel Estructurante Fijación Extrafuerte Fructis. -Resultado final: cabello liso. Se aconseja que se utilicen espacios de descanso entre planchado, y lo dejes para las ocasiones más especiales o el fin de semana.	
---	---	--

Tabla 11 Ficha técnica alisado de cabello afro

ITEM		DESCRIPCIÓN
Producto específico. -Alisado de cabello afro	Denominación común del servicio.	El alisado permanente o alisado definitivo es un método profesional de

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



	Proceso de alisado con productos químicos a cabellos afros y crespo. Denominaciones por Técnica y Origen. Alaciado Japonés: Es una de las denominaciones más prestigiosas. Se refiere al proceso térmico que utiliza productos químicos potentes (tioglicolato de amonio) y calor para modificar la estructura del cabello de forma definitiva. - Alaciado Brasileño (o Queratina/Keratina): Aunque técnicamente muchos son tratamientos suavizantes y no "añizados" definitivos, comercialmente se agrupan bajo este nombre cuando buscan reducir el volumen y el frizz de forma prolongada.	estilizado que modifica la estructura capilar, volviéndola totalmente lacia. Para ello, se rompen primero los enlaces del cabello y se reconstruyen luego a través de un proceso químico meticuloso. Como último paso, se sella la nueva forma. Si bien este método recurre a soluciones químicas y neutralizantes para alterar la forma del cabello, existen distintas técnicas para llevarlo a cabo.
Nombre comercial	Denominación comercial que se propone	Descripción general

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



En los salones de belleza, más que marcas, suelen promocionar los servicios con estos nombres: Alisado Brasileño: Enfocado en quitar volumen y encrespamiento. Alisado Japonés: Es un alisado permanente de estructura. Nanoplastia: Tratamiento orgánico que utiliza nanopartículas para alisar. 1. Shock de Queratina: Tratamiento más enfocado en reducir el frizz y nutrir, aunque puede alisar ligeramente. 2. Alisado Fotónico: Utiliza luz láser para activar el producto.	la denominación comercial de los productos para alisar el cabello es variada, predominando el término "Keratina" o "Alisado Progresivo". En el mercado local, estos productos suelen enfocarse en fórmulas sin formol, orgánicas o veganas. -Keratina Epa Colombia: Muy conocida por sus versiones de alisado, incluyendo opciones para cabellos naturales, afros y tinturados. -Laminado de Cabello (LZ): Denominado como un tratamiento orgánico, vegano y libre de formol, que busca un liso natural. -Vegano Pro: Promocionado como un alisador orgánico con tecnología de 14 proteínas. Kativa: Marca común en droguerías (como Farmatodo) para alisado brasileño sin formol. Bioplastia (Top Hair): Denominación comercial centrada	El procedimiento implica lavar, aplicar producto, secar, planchar mechón por mechón y sellar. Proceso General de Alisado (Paso a Paso) • Lavado Profundo: Se utiliza un champú de limpieza profunda o neutro para abrir la cutícula y eliminar residuos, permitiendo que el producto penetre. • Secado: El cabello se seca al 100% o parcialmente (según la técnica) antes de aplicar el producto alisante. • Aplicación del Alisante: Se aplica el producto químico o la keratina mechón por mechón, respetando 1 cm de raíz para evitar irritaciones. • Tiempo de Exposición: Se deja actuar el producto (generalmente entre 20 a 40 minutos) para que altere la estructura interna del pelo. • Secado y Brushing: Se seca el cabello nuevamente con secador (y a veces se hace cepillado) con el producto puesto.
--	---	--

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



	en la restauración capilar con alisado. Duvy Class: Marca colombiana reconocida que ofrece tratamientos de queratina.	• Planchado (Sellado): Paso clave donde se plancha mechón por mechón (muchas veces 10-20 pasadas) a altas temperaturas 200 a 230 grados centígrados para fijar la nueva estructura lacia. • Finalización/Neutralización: En alisados químicos definitivos, se aplica una crema neutralizadora para reconectar los enlaces, o en el caso de la keratina, se enjuaga tras el tiempo de pose para aplicar una mascarilla sellante de pH ácido.
Condiciones especiales	Describe las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto/ servicio.	Otros
Las condiciones específicas para garantizar la salud capilar y la seguridad del consumidor, reguladas por parte del Invima, se enuncian a continuación: -Libre de Formol: Se recomienda el uso de productos 100% libres de formol,	El proceso de alisado de cabello, aunque popular para lograr un lacio duradero, conlleva riesgos significativos para la salud capilar y la salud general debido a la química agresiva. Las advertencias más comunes incluyen: 1. Riesgos de Salud y Seguridad	Recomendaciones especiales: -Profesional: Realizar el tratamiento con un profesional capacitado, no en casa. -Frecuencia: Limitar el uso de alisados (máximo 2-3 veces al año) para evitar daño acumulativo.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



utilizando alternativas como la carbocisteína, aminoácidos o proteínas de trigo. -Alisados Orgánicos: Son tendencia por ser menos dañinos, ideales para cueros cabelludos sensibles, rubios, cabellos teñidos o decolorados. -Proceso de Aplicación: Incluye lavado profundo, aplicación del producto (dejándolo actuar 25-40 min), secado y sellado con plancha a altas temperaturas (aprox. 230°C) para fijar la proteína.	-Irritación y Toxicidad: Los productos, especialmente los que contienen formaldehído, ácido glioxílico o glutaraldehído, pueden causar irritación intensa en el cuero cabelludo, ojos, nariz y garganta. -Alerta de Daño Renal: La ANSES de Francia y otras entidades sanitarias han advertido que el ácido glioxílico, presente en alisados "orgánicos", puede causar insuficiencia renal aguda tras ser absorbido por el cuero cabelludo. -Sintomatología: Náuseas, vómitos, sed excesiva, dolores de cabeza y dolor lumbar son síntomas de alerta tras el tratamiento. -Quemaduras: El uso incorrecto puede provocar quemaduras en el cuero cabelludo.	-Ventilación: Asegurar que el lugar de aplicación esté bien ventilado para evitar inhalar vapores tóxicos. -
--	---	---

Tabla 12 Ficha técnica del trenzado

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



ITEM		DESCRIPCIÓN
Producto específico. -Trenzado con cabello sintético.	Denominación común del servicio. Peinado con Fibra sintética kanekalon o pelo cono.	El proceso de trenzado en cabello afro implica preparar el cabello limpio y estirado, dividirlo en secciones precisas (cuadros o secciones "box"), incorporar extensiones de kanekalon o material sintético, y trenzar firmemente desde la raíz, a menudo usando la técnica de "alimentar" (feed-in) para una apariencia natural y duradera
Nombre comercial	Denominación comercial que se propone.	Descripción general
Las trenzas afros son peinados versátiles y protectores que incluyen estilos como: - Box Braids (trenzas sueltas individuales), - Cornrows (trenzas pegadas al cuero cabelludo) y - Senegalese Twists (giros de dos mechones).	-Trenzado en tropa con fibra sintética. - Trenza box braids. - Trenza en Cornrows . Trenzas Senegalese Twists	El trenzado en pelo afro es una técnica ancestral de entrelazado minucioso, fundamental en la cultura africana como símbolo de identidad, resistencia y comunicación (antiguos mapas de fuga). Son peinados protectores que duran semanas, estilizando el cabello

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



A menudo utilizan extensiones de kanekalon o lana para dar grosor y longitud,		crespo desde la raíz, ya sea pegados al cuero cabelludo (cornrows) o en trenzas sueltas, a menudo incorporando extensiones
Condiciones especiales	Describa las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto/ servicio.	Otros
Es vital informar a la clienta sobre el comportamiento normal del servicio para evitar alarmas innecesarias: • Tensión Inicial: Es normal sentir una ligera presión en el cuero cabelludo durante las primeras 24 a 48 horas. Si la molestia persiste o genera dolor agudo, debe acudir a revisión inmediata. • Sensibilidad: No se recomienda realizar el trenzado si el cuero cabelludo presenta irritaciones, heridas abiertas, dermatitis activa o procesos de	Control de Humedad (Fundamental): La advertencia más importante es nunca dormir con el trenzado húmedo. El exceso de humedad dentro de la trenza puede generar proliferación de hongos o malos olores. Se debe usar secador en temperatura media dirigido a la base después de cada lavado. • Higiene: El lavado debe realizarse con champús sin sal y aplicarse principalmente mediante masajes suaves con las yemas de los dedos entre las divisiones de las trenzas,	-El estilo de trenzado es más utilizado por las mujeres afro. La variedad de peinados es muy extensa, haciendo que esta técnica de peina sea muy atractiva para las mujeres.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



pérdida de cabello por estrés (alopecia areata). Cuidado con el Calor: Aunque el cabello de la extensión soporte calor, se debe evitar aplicar planchas o rizadoros directamente sobre la base trenzada, ya que esto puede debilitar el hilo de unión o quemar el cabello natural protegido.	sin frotar bruscamente para no soltar el tejido. Protección Nocturna: Se recomienda el uso de gorros o fundas de satín/seda. Esto reduce la fricción, evita que las trenzas se aflojen prematuramente y mantiene la fibra del cabello hidratada. Tiempo de Vida Útil: El servicio tiene una condición de uso máxima de 2 a 3 meses. Superar este tiempo pone en riesgo la salud del cabello natural debido al peso del crecimiento y la acumulación de residuos.	
---	--	--

Tabla 13 Ficha técnica puesta de extensiones

ITEM		DESCRIPCIÓN
Producto específico. -Puesta de extensiones y peluca sintéticas, procesadas y humanas.	Denominación común del servicio. La denominación común para el conjunto de técnicas de instalación de pelucas y extensiones se conoce popularmente como colocación, aplicación o integración de cabello.	La instalación de pelucas y extensiones es un proceso técnico enfocado en añadir longitud, volumen o un cambio de estilo al cabello natural, ya sea de forma temporal o semipermanente.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



	En el ámbito profesional, se utiliza el término sistemas capilares para referirse a los métodos de fijación de extensiones o piezas postizas.	
Nombre comercial	Denominación comercial que se propone.	Descripción general
Nombres comunes para instalación de Extensiones: -Extensiones de queratina/caliente -Extensiones cosidas/cortina -Extensiones adhesivas -Extensiones de clip -Micro rings/anillas	Los términos más comunes utilizados en el mercado son: -Estudio o Salón de Extensiones y Pelucas: Enfocado en la venta y aplicación profesional. -Centro de Soluciones Capilares: Denominación utilizada para servicios más especializados, a menudo integrando prótesis capilares. -Fábrica/Casa de Pelucas y Extensiones: Indica producción propia y venta directa, usualmente con opciones personalizadas. -Boutique del Cabello: Enfocado en la venta de productos de alta calidad, extensiones naturales y pelucas.	La instalación varía desde métodos rápidos de colocar y quitar, hasta técnicas profesionales de fijación. Descripción General de la Instalación de Pelucas. Preparación: Se trenza el cabello natural (generalmente en trenzas pegadas o "cornrows") para crear una base plana. Luego, se utiliza una gorra de peluca (redcilla) para proteger el cabello y mejorar la sujeción. Fijación: Se coloca la peluca de adelante hacia atrás, ajustando las correas internas. Para fijación, se utiliza

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



	-Especialistas en Integración Capilar: Se refiere a la técnica de colocar el cabello (cortinas, clips, adhesivos).	pegamento adhesivo especial, cintas adhesivas o métodos sin pegamento (bandas elásticas/silicona). • Finalización: Se corta el exceso de encaje (lace) con cuidado, se aplica maquillaje o corrector en la línea de la frente para mimetizarla con la piel, y se peina. Descripción General de la Instalación de Extensiones Existen diversas técnicas según la duración deseada: Extensiones de Clip: Son cortinas de pelo con clips pequeños, ideales para un uso diario (quitar y colocar). Extensiones Cosidas (Weave): Se cosen cortinas de cabello, a trenzas base previamente realizadas en el cabello natural. Extensiones Adhesivas (Bioadhesivas): Son tiras con
--	--	--

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



		adhesivos transparentes que se aplican tipo "sándwich" en mechones finos de cabello. • Extensiones de Queratina o Microring: Se fijan hebra por hebra mediante calor (queratina) o anillas metálicas (microring) para una duración prolongada
Condiciones especiales	Describa las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto/ servicio.	Otros
Condiciones para la Instalación de Pelucas Para una instalación segura y estética: • Preparación del cabello: El cabello natural debe estar limpio, seco y preferiblemente trenzado (trenzas africanas) o recogido muy plano para evitar bultos. • Protección del cuero cabelludo: Se recomienda usar un gorro bajo peluca (redcilla) para	-Higiene: Es indispensable un lavado y secado completo del cabello natural y de la peluca/extensiones. -Cepillado: Cepillar el cabello dos veces al día para evitar enredos, especialmente con extensiones. -Evitar peso excesivo: No colocar más cantidad de extensión de la que	Materiales Básicos Necesarios: -Peine de cola de rata para secciones. -Pinzas y horquillas. -Pegamento o cinta adhesiva (para pelucas lace). -Gorro de red.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



proteger el cuero cabelludo de la irritación por adhesivos y mantener el cabello natural en su sitio. • Fijación: Adhesivos: Se utilizan pegamentos especiales o cintas adhesivas (tiras) para fijar el encaje (<i>lace</i>) en la línea del frente, asegurando que sean productos aptos para la piel. Sin pegamento: Uso de bandas elásticas, peinetas internas o bandas de silicona para evitar deslizamientos. • Ajuste: La peluca debe ajustarse mediante las tiras internas en la nuca para asegurar que no se mueva. 2. Condiciones para la Instalación de Extensiones Dependiendo de la técnica, las condiciones varían: • Extensiones de Queratina (Fijas): Requieren instalación profesional. Se usa calor para fundir	el cabello natural puede soportar para evitar la alopecia por tracción. -Mantenimiento: Las extensiones fijas (queratina/adhesivas) requieren mantenimiento profesional para reposicionarlas a medida que crece el cabello.	
--	--	--

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



la queratina cerca de la raíz. No se recomienda en cabellos muy finos o dañados. Extensiones Adhesivas (Semipermanentes): Se colocan mediante una tira adhesiva que sella el cabello natural en medio de dos extensiones. Son fáciles de poner y cómodas, durando hasta 3 meses. Extensiones de Clip (Temporales): Se colocan capa por capa, empezando por la nuca. Son la opción más sencilla y no requieren ayuda profesional. Extensiones Cosidas (Trenzadas): Se hacen trenzas base con el cabello natural y se cosen cortinas de pelo sobre ellas.		
---	--	--

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Tabla 14 Descripción del proceso

4.2 Descripción del Proceso

Actividades del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que interviene por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (cantidad de producto/unidad de tiempo)
Peinado	3 horas	Auxiliar en belleza y profesional	2 personas	-Mano de obra -Pelo sintético -Acondicionadores para el cabello. - Accesorio
Instalación de Extensión Sintética	2 horas	Auxiliar en belleza y profesional	1 personas	-Mano de obra -Extensión humana o sintético -Acondicionadores para Extensiones. - Plan para cabello. - Hilo para costura de Extensiones

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileidy.



Instalación de pestañas	30 minutos	Profesional en belleza	1 personas	- Mano de obra - Juego de pestañas - Pegante para pestañas. -Pinzas
Venta de mercancía	Todo el turno 8 Horas	Auxiliar en belleza y profesional	2 personas	-Mano de obra -Inventario de mercancía
Total				

Tomado de: Guía Plan de Negocios Fondo Emprender

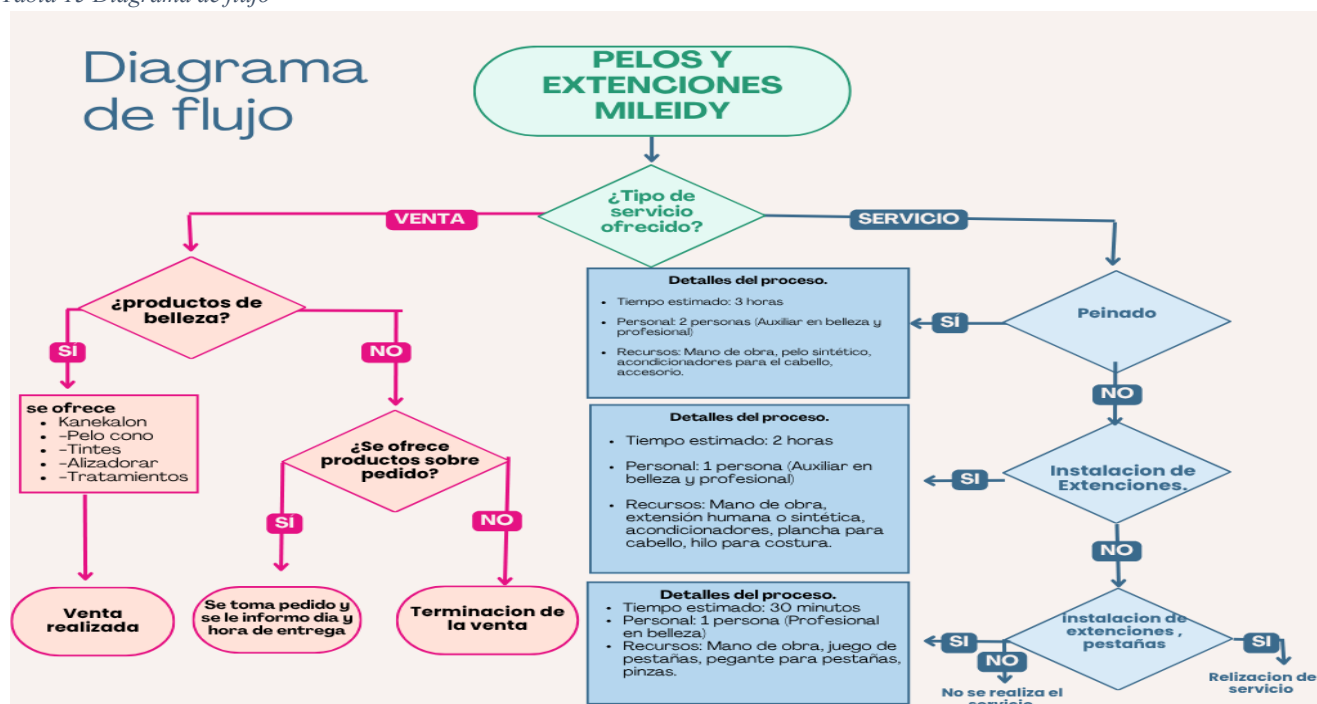
El diagrama de flujo de "Pelos y Extensiones Mileidy" describe el protocolo de atención al cliente dividiéndolo en dos rutas principales según la necesidad del usuario: Venta de productos o Prestación de servicios.

En la ruta de **Venta**, el proceso inicia preguntando si el cliente busca productos de belleza disponibles en inventario (como Kanekalon, tintes o tratamientos); si la respuesta es afirmativa, se procede a la venta realizada. Si el producto no está en stock, se consulta si se puede manejar sobre pedido; de ser posible, se registra la solicitud informando la fecha de entrega, y de lo contrario, se da por terminada la interacción.

En la ruta de **Servicio**, el sistema clasifica la atención en tres categorías con logística específica: el **Peinado**, que requiere 2 personas y dura 3 horas; la **Instalación de Extensiones**, que toma 2 horas y requiere materiales como hilo de costura y plancha; y la **Instalación de Pestañas**, que es el proceso más ágil con 30 minutos de duración. Cada subproceso detalla el personal necesario (auxiliares o profesionales) y los insumos requeridos (pelo sintético, pegantes,

pinzas, etc.) para asegurar la correcta realización del servicio solicitado. Si ninguna de estas opciones es requerida, el flujo indica que no se realiza el servicio.

Tabla 15 Diagrama de flujo



Nota: Para el caso del modelo financiero se tendrán en cuenta solo los servicios principales prestados en el salón de belleza o a domicilio porque el fortalecimiento empresarial liderado por el nuevo servicio, que aparece en el prototipado orienta hacia una mayor venta de servicios, sin embargo, no se dejará de lado la venta de productos que actualmente se hace en la sala de belleza PELOS Y EXTENSIONES MILEY

4.3 Estado de Desarrollo

Pelos y Extensiones Mileidy se ha consolidado como uno de los centros de belleza referentes en el barrio **Comuneros I**, dentro del Distrito de Aguablanca. Nuestra reputación se



basa en la confianza y la calidad, respaldada por la fidelidad de quienes nos visitan con frecuencia.

Recientemente, tras realizar un estudio con 55 de nuestras clientes recurrentes, identificamos un desafío clave: la **distancia geográfica**. Muchas de nuestras usuarias expresaron que, aunque prefieren nuestros servicios, la lejanía de sus hogares les dificulta visitarnos con la frecuencia que desean.

Ante esta necesidad, nace el prototipo de **Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio: Pelos y Extensiones Mileidy**. Esta iniciativa busca eliminar las barreras de movilidad, llevando la excelencia de nuestro salón directamente a la puerta de las clientes, garantizando una atención integral, cómoda y personalizada.

Prototipo

Servicio de Belleza a Domicilio

Asesoría y Estética a Domicilio: Pelos y Extensiones Mileidy es una propuesta de servicio integral especializada en la instalación de extensiones, trenzado, cepillado y peluquería profesional, complementada con una asesoría de imagen personalizada. El modelo de negocio se enfoca estratégicamente en los estratos 4, 5 y 6 de la zona sur, cubriendo sectores como Ciudad Jardín, El Caney, Valle del Lili y áreas aledañas. El objetivo de este prototipado es validar una solución Premium dirigida a mujeres ejecutivas con agendas ajustadas, novias y acompañantes en preparación para eventos, y personas de la tercera edad que priorizan la comodidad, la privacidad y la excelencia técnica en la seguridad de su hogar.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydy.



Logística y Desplazamiento del profesional en belleza

El modelo operativo de Logística y Desplazamiento se basa en la movilidad autónoma de la profesional, quien utilizará su vehículo propio para garantizar agilidad en el servicio, recibiendo por parte de la empresa un sueldo base, comisiones por desempeño y el reconocimiento de gastos de rodaje y viáticos. El costo del transporte será cubierto por la cliente mediante un recargo por zona (tarifa de domicilio) debidamente estipulado en la lista de precios, lo que permite financiar los traslados de manera transparente. Para asegurar una ejecución técnica de primer nivel, la profesional contará con un "caja de belleza" especializado, provisto por el salón y equipado con herramientas de alta gama e insumos exclusivos de la marca, garantizando resultados profesionales con el sello de calidad de Pelos y Extensiones Mileydy.

Tabla 16 Prototipo del salón

4.3.1. Prototipo y/o evidencias

Asesoría y Estética a Domicilio:

PELOS & EXTENSIONES MILEIDY
Belleza Integral

¿Propuesta de valor?
"Una experiencia estética integral que potencia la autoconfianza y transforma la imagen de la mujer, combinando alta"

PROTOTIPADO
★
Misión
Potencializar la autoconfianza de nuestras clientas mediante técnicas avanzadas en extensiones y cuidado del cabello en la comodidad de su casa.

servicios realizados

Horarios de atención
Lunes a viernes
10:00 a.m. a 8:00 p.m.

Producción/servicios a la

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



4.4 Plan de Producción

Tabla 17 Plan de producción

Proyección de Ingresos													
Cantidad Unidades	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Trensado	12	20	20	20	24	20	20	20	24	24	24	30	258
Alisado	5	7	7	7	10	5	6	7	10	10	10	15	99
Planchado	15	15	10	5	30	6	6	15	30	30	30	40	232
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	81	79	81	81	83	81	80	80	81	81	81	93	982
Puesta de Extensiones	30	30	30	30	40	35	30	30	40	40	40	55	430
Puesta de Peluca	30	30	30	30	40	35	30	30	40	40	40	55	430
Total	173	181	178	173	227	182	172	182	225	225	225	288	2431

Precio Unidades	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio
Trensado	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00
Alisado	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00
Planchado	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Puesta de Extensiones	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00
Puesta de Peluca	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00
Total													\$ 104.500,00

Total	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Trensado	\$ 1.284.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 3.210.000,00	\$ 27.606.000,00
Alisado	\$ 632.500,00	\$ 885.500,00	\$ 885.500,00	\$ 885.500,00	\$ 1.265.000,00	\$ 632.500,00	\$ 759.000,00	\$ 885.500,00	\$ 1.265.000,00	\$ 1.265.000,00	\$ 1.265.000,00	\$ 1.897.500,00	\$ 12.523.500,00
Planchado	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 800.000,00	\$ 400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 18.560.000,00
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	\$ 20.250.000,00	\$ 19.750.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.750.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 23.250.000,00	\$ 245.500.000,00
Puesta de Extensiones	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 6.825.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 10.725.000,00	\$ 83.850.000,00
Puesta de Peluca	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 15.067.500,00	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 23.677.500,00	\$ 185.115.000,00
Total	\$ 29.216.500,00	\$ 29.825.500,00	\$ 29.925.500,00	\$ 29.525.500,00	\$ 34.783.000,00	\$ 30.327.500,00	\$ 29.229.000,00	\$ 30.075.500,00	\$ 34.283.000,00	\$ 34.283.000,00	\$ 34.283.000,00	\$ 42.282.500,00	\$ 573.154.500,00

Precios, Volumen y Ventas Totales							
Unidades Vendidas por Servicio		Año 0		Año 1		Año 2	
Trensado	unid.			258		272	
Alisado	unid.			99		104	
Planchado	unid.			232		244	
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	unid.			982		1.036	
Puesta de Extensiones	unid.			430		453	
Puesta de Peluca	unid.			430		453	
Precio por Servicio		Año 0		Año 1		Año 2	
Trensado	\$ / unid.			\$ 107.000,00		\$ 112.243,00	
Alisado	\$ / unid.			\$ 126.500,00		\$ 132.698,50	
Planchado	\$ / unid.			\$ 80.000,00		\$ 83.920,00	
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	\$ / unid.			\$ 250.000,00		\$ 262.250,00	
Puesta de Extensiones	\$ / unid.			\$ 195.000,00		\$ 204.555,00	
Puesta de Peluca	\$ / unid.			\$ 430.500,00		\$ 451.594,50	
Total Ventas		Año 0		Año 1		Año 2	
Cantidades Vendidas	unid.			2.431		2.562	
Ingresos por Ventas Brutas	\$			\$ 573.154.500,00		\$ 633.733.944	
Descuento en Ventas		Año 0		Año 1		Año 2	
Descuento	% ventas						
Pronto pago	\$			0		0	

El volumen de producción del servicio de **Asesoría y Estética a Domicilio** está representado en la proyección de ventas se consolida como el principal motor económico y el pilar de estabilidad del negocio, representando aproximadamente el **43% de los ingresos totales anuales** con una facturación proyectada de **\$245.500.000**. Esta unidad de negocio mantiene una demanda sólida y constante durante todo el año, operando con un promedio de **81 servicios mensuales** y alcanzando un pico máximo de **93 servicios en diciembre**, con un precio premium estandarizado de **\$250.000**, el servicio no solo asegura un flujo de caja mensual cercano a los **\$20.250.000**, sino que, también valida la alta aceptación de la propuesta de valor entre el público objetivo, posicionándose como la solución de belleza con mayor recurrencia y rentabilidad dentro del portafolio de la marca, esta se convierte en una meta conjunta del área de producción y ventas, si se alcanzan las cantidades proyectadas en producción, se podrá cumplir a más usuarias y crecer en cobertura.

4.5 Requerimientos de Inversión

4.5.1. Lugar de operación

Tabla 18. Lugar de operación

Factor	Peso	Zona A	
		Cali	Ponderación
	o	ficación	

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



1. barrio popular	40%	9	3,6
3. zona de alto trafico	50%	10	5
3. calle principal	10%	7	0,7
Totales	100%		9,3

Fuente: Tomado del libro de CHAIN SAPAG N; CHAIN SAPAG R. 2014. Preparación y Evaluación de Proyectos. 6º edición. Editorial McGraw-Hill.

Macro Localización del salón de belleza Pelos y Extensiones Mileydi

País: Colombia.

Región: Suroccidente del país, departamento del Valle del Cauca. Es un nodo logístico e industrial clave gracias a su conectividad con el Puerto de Buenaventura sobre el Océano Pacífico.

Ciudad: Santiago de Cali. Es la tercera ciudad más poblada de Colombia y el principal centro urbano, económico, industrial y de servicios del suroccidente colombiano.

Factores Macroeconómicos:

- **Mercado Potencial:** Una población urbana masiva que supera los 2.2 millones de habitantes.

- **Clima:** Cálido tropical (promedio de 24°C), lo que influye directamente en los hábitos de consumo, vestimenta, cuidado personal y dinámicas de comercio.
- **Infraestructura:** Cuenta con una red de servicios públicos consolidada (Emcali) y conectividad directa con el Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón.
- **Microlocalización del salón de belleza Pelos y Extensiones mileidy**

La **Calle 57 # 34-10** se ubica en el sector de **COMUNEROS 1 (Comuna 15)**, en la zona oriente de la ciudad.

A. Características del Entorno Inmediato

- **Barrio y Comuna:** Los comuneros forma parte de la Comuna 15. Es un sector residencial consolidado con una altísima densidad poblacional y una fuerte presencia de microcomercio local y vecinal.
- **Estrato Socioeconómico:** Predominan los estratos 1 y 2. Esto determina que el público objetivo local busca una excelente relación costo-beneficio, productos/servicios accesibles y estrategias comerciales enfocadas en el volumen de ventas o servicios de alta rotación diaria.

B. Accesibilidad y Conectividad Vial

- **Ejes Viales Principales:** Aunque el predio está en una calle interna, se beneficia de la cercanía a grandes conectores del oriente como la **Avenida Ciudad de**

Cali (Calle 73) y arterias como la **Carrera 39** o la **Carrera 29**. Estas vías canalizan el flujo de transporte desde otros sectores del oriente hacia el resto de la ciudad.

- **Transporte Público:** Acceso a rutas tradicionales de buses, colectivos urbanos y alimentación del sistema de transporte masivo (MIO), lo que facilita el desplazamiento tanto de clientes de barrios aledaños como de los colaboradores del negocio.

C. Ventajas y Costos Operativos

- **Costos Fijos Reducidos:** Al estar ubicado en un estrato bajo, los cánones de arrendamiento y las tarifas de los servicios públicos de energía, agua y conectividad son significativamente más económicos que en el norte o el sur. Esto reduce los costos de operación fijos y acelera el tiempo para alcanzar el punto de equilibrio.
- **Mercado de Proximidad:** La gran cantidad de viviendas y manzanas habitadas a la redonda garantiza un flujo peatonal constante de vecinos, ideal para modelos de negocio basados en consumo diario (tiendas, salas de belleza, talleres o microempresas de servicios).

D. Aspectos de Riesgo a Mitigar

- **Seguridad:** El sector del oriente presenta retos históricos en convivencia y seguridad ciudadana. Para la microlocalización, esto implica planificar una inversión en seguridad física del inmueble (rejas, alarmas, cámaras de monitoreo) y establecer un

esquema operativo de horarios de atención diurnos o de tarde temprana para cuidar el flujo de clientes y personal.

5 Módulo de Organización

5.1 Estrategia Organizacional

Misión

"En **Pelos y Extensiones Mileydy**, nuestra misión es brindar experiencias de belleza integrales que resalten la confianza y el bienestar de nuestras clientas. Nos especializamos en la comercialización, postura y mantenimiento de extensiones de cabello humano, ofreciendo servicios personalizados e innovadores bajo los más altos estándares de higiene, ética y profesionalismo, garantizando siempre la salud capilar y la satisfacción total de quienes confían en nuestra excelencia técnica."

Visión

"Para el año **2030**, **Pelos y Extensiones Mileydy** se consolidará como la empresa líder y referente en el **Área Metropolitana del Suroccidente de Colombia** en servicios especializados de alta gama. Seremos reconocidos por transformar la imagen y autoestima de nuestras clientas a través de la innovación constante en técnicas de postura y mantenimiento capilar, manteniendo un compromiso firme con la excelencia técnica, la ética profesional y el desarrollo sostenible del sector de la belleza regional.

Principios Corporativos

Calidad: Ofrecemos servicios y productos de excelencia, garantizando resultados duraderos y la satisfacción total de nuestros clientes.

Confianza: Construimos relaciones sólidas basadas en la honestidad, la transparencia y el respeto mutuo.

Profesionalismo: Desarrollamos nuestro trabajo con ética, responsabilidad y compromiso, cumpliendo los más altos estándares del sector belleza.

Innovación: Nos mantenemos actualizados con las últimas tendencias, técnicas y tecnologías para ofrecer soluciones modernas y efectivas.

Higiene y Seguridad: Aplicamos estrictos protocolos de bioseguridad para proteger la salud y el bienestar de nuestros clientes y colaboradores.

Respeto: Valoramos la diversidad, las opiniones y la individualidad de cada persona, fomentando un ambiente inclusivo y amable.

Pasión por la Belleza: Trabajamos con amor y dedicación, entendiendo que cada servicio contribuye al empoderamiento y autoestima de quienes confían en nosotros.

Responsabilidad Social: Promovemos el desarrollo personal y profesional de nuestra comunidad, impulsando la capacitación y el emprendimiento en el sector estético.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Logo de la empresa



5.2 Matriz DOFA

Identificar variables externas (Oportunidades y amenazas) y Variables internas (Debilidades y Fortalezas)

Aquí es indispensable enfocarse en los riesgos externos que pueden afectar la operación del negocio, y cuál es su plan acción para mitigar esos riesgos. (Tenga en cuenta las variables técnico, comercial, Normativo, Medio ambiente, otros).

Tabla 19 Matriz DOFA

Análisis interno Análisis externo		FORTALEZA	X	DEBILIDADE	X
		Alta calidad en los productos y		Limitada presencia digital o falta	
		Uso de materiales de origen		Dependencia de proveedores externos	
		Personal capacitado y con		Espacio físico reducido para atender	
		Buena imagen institucional de los		Falta de automatización o	
		Atención personalizada con		Escasa diversificación de	
OPORTUNID	X	ESTRATEGI	X	ESTRATEGI	X
Creciente demanda de servicios de belleza y estética personalizada		FO1. Usar la alta calidad y la experiencia del personal para posicionar la marca como líder en servicios		DO1. Invertir en una plataforma de reservas en línea a través de setmore-Instagram para gestionar	

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Mayor interés por productos naturales y sostenibles en el cuidado capilar.		FO2. Promocionar activamente el uso de materiales de origen		DO2. Negociar acuerdos de exclusividad con proveedores de	
Expansión a través de redes sociales y comercio electrónico.		FO3. Utilizar la buena reputación y la confianza de los clientes habituales como eje		DO3. Priorizar la inversión en el alquiler de un espacio físico acorde con la	
Acceso a capacitaciones y certificaciones profesionales.		FO4. Invertir continuamente en la capacitación del personal en nuevas		DO4. Buscar certificaciones en áreas de servicio complementarias (como	
AMENAZAS	X	ESTRATEGIAS FA	X	ESTRATEGIAS DA	X
Alta competencia en el sector de belleza y estética.		FA1. Crear un programa de fidelización premium		DA1. Realizar un análisis de la competencia para	
Aumento en los costos de insumos importados.		FA socializar la promesa de valor con los clientes, de tal manera que entienda , el		DA2. Enfocar la estrategia de marketing digital en nichos muy específicos	
Cambios en las tendencias del mercado o modas pasajeras.		FA3. Generar nuevas tendencias de modas, aprovechando la experiencia del personal, logrando posicionar la sala de belleza como pionera en		DA3. Considerar una alianza estratégica (outsourcing) para ciertos productos o servicios, reduciendo la dependencia y los costos operativos manteniendo	

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Crisis económicas que afecten el poder adquisitivo de los clientes.		FA4. Reforzar la propuesta de valor Premium y la experiencia diferenciada para que los clientes perciban el servicio como una inversión esencial en su bienestar, manteniéndolos incluso en crisis.		DA4. Explorar la sustitución de proveedores importados por proveedores nacionales que puedan ofrecer insumos de calidad comparable para reducir el costo y la dependencia.	
---	--	---	--	--	--

5.3 Organismos de Apoyo

El salón de belleza **Pelos y Extensiones Mileydi** ha consolidado su trayectoria mediante el respaldo de importantes instituciones como la **Cámara de Comercio**, la **Fundación WWB Colombia** y la **DIAN**, organizaciones que han otorgado reconocimientos a su excelencia operativa y contribución a la industria. En su fase de expansión, el negocio se encuentra actualmente gestionando ante la **Secretaría de Educación** los permisos necesarios para ofrecer programas de educación no formal para el trabajo, con el fin de profesionalizar el sector a través de su propia unidad educativa. Asimismo, la marca fortalece su competitividad mediante alianzas estratégicas con proveedores clave como **Pelo King** y **Universal del Cabello**, lo que le permite garantizar a sus clientes el uso de insumos exclusivos y de alta gama en cada uno de sus servicios.

5.4 Estructura Organizacional

Defina la estructura organizacional que tendrá la empresa a través de un organigrama.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



En el siguiente esquema identifique los cargos requeridos por la empresa para el primer año.

Tabla 20 Estructura organización

Nombre del cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación	Dedicación de tiempo (Completo, tiempo parcial)	Unidad	Remuneración (Pesos)	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia general (años)	Experiencia específica (años)					
Directora general	Coordinación de proveedores y Asesoría de imagen.	Técnica en administración, auxiliar en asesoramiento de imagen	2 años	1 años	indefinido	Tiempo completo	Mes	2.800.000	
Director administrativo	-Llevar el conteo de las ventas. -Manejo de inventario -Compra de mercancía	Tecnólogo en administración o profesional	1 años	1 años	indefinido	Tiempo parcial		MLMV	
Coordinador de auxiliares	-Atención al público. - Recepción de mercancía - cruce de caja diaria.	Bachiller	2 años	1 años	indefinido	Tiempo completo	Mes	MLMV	

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



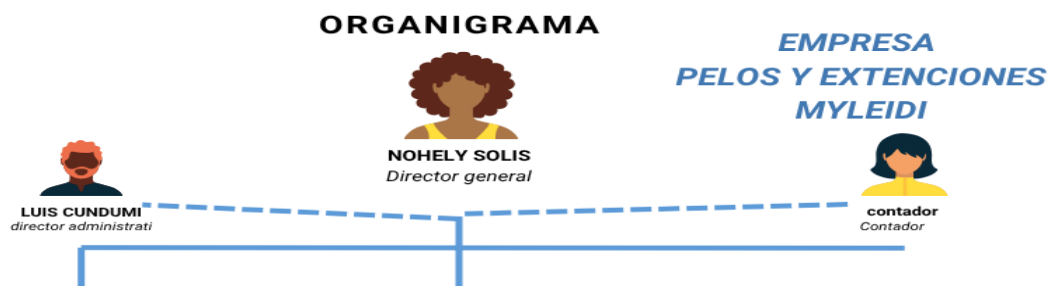
Auxiliares de peluquería y ventas.	Atención al público. - Recepción de mercancía.	Bachiller	1 años	1 años	indefinido	Tiempo completo	Mes	580.000	
Auxiliares de peluquería y ventas.	Atención al público. - Recepción de mercancía.	Bachiller	1 años	1 años	Contrato por obra y labor	Tiempo parcial	Día	50.000 pesos Cada turno	
Asesora contable	-realizar todo a los estados financieros de la el negocio	Profesional titulada	2	2	Contrato por obra y labor	Tiempo parcial	por asesoría	800.000 por consulta	

Tomado de: Guía Plan de Negocios Fondo Emprender. El valor de la remuneración incluye gastos de seguridad

social.

Tenga en cuenta que es importante que exista complementariedad en los perfiles de equipo de trabajo propuesto y que estos guarden relación con el tipo de negocio. Así mismo, que la estructura organizacional guarde relación con el tipo de negocio. Organizar el organigrama

Tabla 21 Organigrama



Teniendo en cuenta la visión del salón de belleza pelos y extensiones MILEYDY se desarrolla el **Manual de funciones** de la sucursal de la sala de belleza que se proyecta tener al termino de 10 año

1. Director General (Nohely Solís). Es el máximo nivel de autoridad en la empresa.

Responsable de la visión estratégica y la toma de decisiones finales.

- Definir los objetivos estratégicos y planes de crecimiento del negocio.
- Supervisar la gestión financiera global y la rentabilidad.
- Establecer alianzas comerciales y representación legal de la marca.
- Validar los procesos de calidad en los servicios de estética y extensiones.

2. Director Administrativo (Luis Cundumi). Encargado de la gestión operativa interna y el soporte logístico para el funcionamiento del salón de belleza.

- Gestionar la relación con proveedores y control de compras de insumos.
- Supervisar los procesos de contratación y bienestar del talento humano.
- Coordinar el mantenimiento de las instalaciones y equipos técnicos.

- Apoyar en la ejecución de estrategias de marketing y ventas.

3. Contador. Rol de asesoría y control financiero (línea de staff en el organigrama).

- Realizar los cierres contables mensuales y anuales.
- Garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y legales.
- Presentar informes de estados financieros para la toma de decisiones de la dirección.
- Auditar los flujos de caja y la gestión de nómina.

4. Coordinadora de Auxiliares (Mayerlin Cundumi). Enlace operativo entre la gerencia y el personal de servicio directo al cliente.

- Organizar los turnos, horarios y asignación de tareas del personal auxiliar.
- Supervisar que se mantengan los protocolos de higiene y bioseguridad en el salón.
- Capacitar al equipo en nuevas técnicas de aplicación de extensiones y cuidado capilar.
- Gestionar el inventario diario de productos utilizados en los servicios.

5. Community Manager. Estará encargado de Planificar, ejecutar y analizar la estrategia de comunicación digital y pauta publicitaria en Instagram, TikTok y WhatsApp Business. Su objetivo principal es potenciar el posicionamiento de la marca, atraer nuevos segmentos de clientes hacia el local físico en Comuneros I, abrir canales de reserva eficientes para reducir los tiempos de espera presencial y difundir los valores de confianza, bioseguridad y "Sentido Ético".

6. Auxiliar de Peluquería / Vendedora (Luisa Sandoval / Adriana Carabalí)

Personal de ejecución técnica y contacto directo con la clientela.

- Ejecutar servicios de estética según los estándares de la empresa (lavado, preparación, apoyo en extensiones).
- Asesorar a los clientes en la compra de productos post-tratamiento y fibras capilares.
- Mantener las áreas de trabajo limpias y organizadas en todo momento.
- Registrar las ventas y servicios realizados en el sistema de gestión.

5.5 Aspectos Legales

La empresa formaliza su operación bajo el **Código CIU 9602 (1960201)**, correspondiente a "Peluquería y otros tratamientos de belleza", la empresa es de régimen simplificado, comercializa producto y servicios de belleza, registrada ante la Cámara de Comercio de Cali.

Normatividad tributaria: régimen simple

RUT = 1130652296-

- **Normatividad laboral:**

Afiliación a salud: Los empleados está a afiliado a S.O.S

Fondo de pensiones y cesantías: Pensión y cesantías Protección

Caja de Compensación. **No aplica** por el momento el negocio no tiene afiliación.

5.6 Costos Administrativos

Tabla 22 Gasto Administrativos

La empresa opera bajo una jerarquía lineal diseñada para optimizar la toma de decisiones

112

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Dirección Administrativa que gestiona los recursos operativos. El área técnica se fortalece con una **Coordinación de Auxiliares**, encargada del control de calidad, y el apoyo operativo de un **Auxiliar Permanente**.

Gastos de puesta en marcha (Preoperativos): Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

Tabla 23 Gastos de puesta en marcha

Gastos de Administración								
Rubros			Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo			400.000	4.800.000	5.102.400	5.035.200	5.037.600	5.047.200
Servicios públicos			250.000	3.000.000	3.189.000	3.147.000	3.148.500	3.154.500
Papelería y útiles de oficina			100.000	1.200.000	1.275.600	1.258.800	1.259.400	1.261.800
Gastos Financieros			0	0	0	0	0	0
Dotación			150.000	1.800.000	1.913.400	1.888.200	1.889.100	1.892.700
Mantenimiento y reparaciones			200.000	2.400.000	9.600.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
			0	0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0
Total				13.200.000	21.080.400	13.729.200	13.734.600	13.756.200

El **Plan de Inversión** inicial necesario para la puesta en marcha o expansión del negocio, clasificando los recursos en activos fijos, capital de trabajo y activos intangibles. El rubro más significativo se concentra en la **Adecuación**, que representa el 44% de la inversión total, seguido por los **Muebles y Enseres** (20%) y la **Maquinaria y Equipo** (16%), elementos esenciales para garantizar un espacio físico funcional y profesional. Asimismo, se destaca la valoración del **Conocimiento (Know-How)** por un monto de \$15.000.000, lo que refleja el valor estratégico de la experiencia técnica acumulada en servicios de belleza. En conjunto, este presupuesto de **\$49.610.000** establece la base financiera para asegurar que la empresa cuente con la

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



infraestructura, la tecnología y el respaldo legal necesarios para operar de manera competitiva desde el primer día como se muestra en la tabla 16.

Gastos anuales de Administración: Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual. Ejemplo: servicios públicos.

Tabla 24 Gastos anuales de Administración

		Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Otros Costos de Prestación del Servicio						
Rubros						
- Arrendamiento	\$ 400.000	\$ 4.800.000	\$ 5.035.200	\$ 5.284.442	\$ 5.556.591	\$ 5.889.987
- Servicios públicos	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.147.000	\$ 3.302.777	\$ 3.472.869	\$ 3.681.242
- Seguros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Mantenimiento y reparaciones	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.517.600	\$ 2.642.221	\$ 2.778.296	\$ 2.944.993
- Dotaciones	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 1.888.200	\$ 1.981.666	\$ 2.083.722	\$ 2.208.745
- Suministros de oficina	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.258.800	\$ 1.321.111	\$ 1.389.148	\$ 1.472.497
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costos de Prestación del Servicio		13.200.000	13.846.800	14.532.217	15.280.626	16.197.463

Tabla 25 Plan operativo

6 PLAN OPERATIVO

Área de gestión	Procesos básicos de gestión	Descripción	Primer año		Resultados esperados	Responsable	Inicio de actividades	Final de actividades	Control y seguimiento
			Objetivos	Actividades					
Mercadeo	Incrementar la visibilidad de la	Su función principal es	Incrementar la visibilidad de la	•Lanzamiento de campañas en TikTok	Aumento en las ventas y reconocimiento	Dirección Administrativa / Gerencia	15/06/2026	15/09/2026	Dirección Administrativa / Gerencia

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



	marca y atraer nuevos clientes potenciales	conectar los servicios de estética y extensiones con el público objetivo.	marca y atraer nuevos segmentos de mercado	e Instagram. • Diseño de portafolio de servicios digital.	ento del salón. Pasando de un crecimiento sostenido en las ventas, de \$573.154.500 en el Año 1 a \$867.747.192				
Ventas	Contratar una vendedora y un comunmit y manager que ayuden a incrementar el volumen de ventas.	Personal encargo de generar estrategias de ventas presenciales y virtuales.	Aumento del capital del negocio	Implementación de un programa para agendamiento de citas domiciliarias. Estrategias de Servicio al Cliente con direccionamiento a mayor volumen de Ventas. Asesoría y montaje del negocio en las redes sociales para ampliar	Crecimiento en la rotación de mercancía y flujo de efectivo proyectado a 5 años con un VPN= \$347.608.234,93	Coordinación de Auxiliares	15/06/2026	31/12/2026	Dirección Administrativa / Gerencia

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



				cobertura en sitio y domiciliaria					
Administra tiva	Mejoramie nto del funcionam iento interno del Salón de Belleza.	Optimiza r los procesos internos y el desarroll o del talento humano	Fortalecer la estructura administr ativa del Salón de Belleza	-Crear reglamento interno de trabajo -Generar Plan de Salud y Seguridad en el Trabajo Actualizar Manual de funciones Gene Generar un plan de actualizaci ón de conocimie ntos del recurso humano	Reglamento de Trabajo aprobado por el Ministerio. Plan de Salud y Seguridad en el trabajo implementa do al finalizar el primer año. Plan de capacitación del personal ejecutado al finalizar el primer año	Coordinaci ón de Auxiliares	15/06/20 26	31/12/20 26	Dirección Administra tiva / Gerencia

7 POSIBLES IMPACTOS.

El salón de belleza PELOS Y EXTENCIONES MILEIDY se alinea estratégicamente con las metas de desarrollo económico tanto a nivel nacional como departamental, fortaleciendo un sector con alto dinamismo. A nivel país, la iniciativa contribuye al crecimiento sostenido de la industria de cosméticos y aseo personal, la cual registró un incremento del 11,14% en 2023. Al

operar en este rubro, el salón de belleza fortalece una industria que ya supera los niveles de productividad pre pandemia.

La empresa responde a una demanda real y constante en la canasta de las mujeres del sector. Dado que los colombianos destinan, en promedio, **\$230.000 anuales** a productos y servicios de belleza, el proyecto garantiza la circulación de capital en el mercado local.

7.1 Posible Impacto Económico

El salón de belleza se proyecta en capturar una cuota estratégica del mercado en la ciudad de Cali, concentrando inicialmente su impacto en la Comuna 15, específicamente en el sector del Barrio Comuneros I. La población objetivo está compuesta por mujeres interesados en estética capilar especializada, hacia quienes se dirige una ambiciosa meta de fidelización del 80%. Este objetivo se sustenta en los resultados de la investigación de mercados, que evidencian una alta intención de retorno por parte de los clientes potenciales. En términos de capacidad operativa, se estima un flujo promedio de 5 a 8 servicios técnicos diarios entre extensiones y peluquería, lo que permitiría generar ingresos brutos significativos durante el primer año de consolidación y asegurar la sostenibilidad económica del negocio a nivel local y nacional.

7.2 Posible Impacto Regional.

El proyecto genera un impacto regional significativo al alinearse con los sectores estratégicos del distrito, impulsando la modernización y la legalidad en su área de influencia. En

el ámbito de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), la empresa promueve la transformación digital mediante una estrategia robusta en plataformas como TikTok, Instagram y WhatsApp para el posicionamiento de marca, sumado a la automatización de procesos con Inteligencia Artificial y el uso de herramientas digitales para optimizar la gestión de citas. Este enfoque tecnológico se complementa con su aporte al sector de Servicios Varios e Industria, donde, bajo el código CIIU 9602, eleva los estándares regionales a través de servicios especializados de alta gama en extensiones de cabello humano y tratamientos capilares ejecutados con estrictos protocolos de bioseguridad. Asimismo, el plan de negocio fortalece el Comercio Formal en el Distrito de Aguablanca al cumplir rigurosamente con la normatividad comercial de la Cámara de Comercio, las obligaciones tributarias (RUT, ICA) y la legislación laboral vigente. Finalmente, aunque el núcleo del negocio es estético, el proyecto genera un impacto indirecto en los sectores Pecuario y Agrícola a través de la bioeconomía. Al priorizar el uso de insumos naturales y sostenibles, la empresa se sintoniza con las prioridades del clúster regional y los lineamientos de sostenibilidad destacados en eventos de relevancia internacional como la COP 16 en Cali, consolidándose como un modelo de emprendimiento responsable y competitivo en la región.

7.3 Posible Impacto Social

El salón de belleza PELO Y EXTENCIONE MILEID genera empleos directos (fijos) e indirectos que benefician a las familias de los empleados y a los comercios cercanos en un entorno con desafíos estructurales. Además, promueve la formación técnica mediante talleres especializados en peluquería y extensiones, buscando el aval de la Secretaría de Educación para la educación no formal.

7.4 Posible Impacto Ambiental

El proyecto asume un compromiso integral con la sostenibilidad y la preservación del entorno, fundamentando su operación en cuatro pilares ambientales clave. En primer lugar, promueve el **Ahorro de Recursos (Papel y Energía)** mediante una transformación digital que reduce en un 90% el uso de agendas físicas y facturación impresa, migrando a sistemas de reserva digitales y comprobantes electrónicos vía WhatsApp. En cuanto a la **Gestión de Vertimientos y Desechos**, se implementan técnicas rigurosas de separación de residuos orgánicos e inorgánicos, con especial énfasis en el manejo responsable de residuos químicos provenientes de tintes y desechos biológicos como el cabello, evitando así la contaminación de los afluentes locales.

Asimismo, el negocio se sintoniza con la **Protección de Fauna y Flora y la Bioeconomía** al priorizar proveedores que ofrecen productos *cruelty-free* (libre de crueldad) con ingredientes de origen vegetal; esta estrategia no solo apoya la biodiversidad, sino que se alinea con los ejes estratégicos discutidos en eventos de relevancia global como la COP 16 en Cali. Finalmente, el **Control de Ruido** es un aspecto prioritario en el diseño del local, donde se emplea maquinaria y herramientas de baja emisión sonora para garantizar niveles de ruido mínimos, asegurando una convivencia armoniosa y respetuosa con el entorno residencial de la Comuna 15.

8 MÓDULO FINANCIERO

Tabla 26 inversión en activos fijos

8.1 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo (inversión en activos fijos)

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA, PLANTA Y EQUIPO							
Inicio							
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Aporte Sodo /em prendedor	Inversión Inicial	DEPRECIACION
Financieros	Efectivo y equivalente	\$ 1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000		
	Inversiones financieras (Bonos)	\$ 1	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000		
				\$ -			
				\$ -			
				\$ -			
Total				\$ 38.000.000	\$ 38.000.000	\$ -	
Inventarios			\$ -	\$ -	\$ -		
				\$ -			
				\$ -			
Total				\$ -	\$ -	\$ -	
Edificaciones y terrenos	Adecuaciones y mejoras	\$ 1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000		
				\$ -			
				\$ -			
				\$ -			
Total				\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ -	\$ -
Propiedad, planta y equipo	Equipo de oficina	\$ 1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000		\$ 100.000
	Equipo de cómputo y comunicación	\$ 1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000		\$ 600.000
	Maquinaria y equipo	\$ 4	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000		\$ 400.000
				\$ -			
Total				\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ -	\$ 1.100.000
Otros		\$ -	\$ -	\$ -			
Total				\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL				\$ 51.000.000	\$ 51.000.000	\$ -	\$ 1.100.000

Este presupuesto de **Requerimiento de Maquinaria, Planta y Equipo** revela una estructura financiera inicial de **\$51.000.000**, caracterizada por una altísima liquidez y una dependencia total del capital propio. El análisis económico destaca que el **74.5%** de los activos se concentra en el rubro financiero (\$38.000.000 en efectivo y bonos), lo que otorga a la entidad una sólida red de seguridad, aunque plantea el reto de transformar ese capital pasivo en capacidad productiva como se muestra en la tabla 19.

8.2 Inversión capital de trabajo

Tabla 27. Inversión Capital de Trabajo

Inicio

PRESUPUESTO INICIAL

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Activos Inversión inicial	1	\$ 51.000.000	\$ 51.000.000
Utensilios y herramientas	1	\$ -	\$ -
Nómina admo y Mano de obra	1	\$ 147.664.473	\$ 147.664.473
Gastos de administración	1	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000
Gastos de ventas	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Otros gastos	0	\$ -	\$ -
			\$ -
TOTAL			\$ 215.864.472,71

La **Presupuesto Inicial** consolidado del proyecto, el cual asciende a un total de **\$215.864.472,71**, revelando una estructura de costos donde el capital humano es el eje central de la inversión. Desde una perspectiva económica, destaca que la **Nómina y Mano de Obra** representa el rubro más crítico con **\$147.664.473** (aproximadamente el 68.4% del presupuesto total), lo que sugiere un modelo de negocio intensivo en servicios o producción especializada. Los **Activos de Inversión Inicial**, que suman **\$51.000.000**, corresponden a la base de capital fijo

analizada previamente, mientras que los costos operativos de soporte, divididos en **Gastos de Administración (\$13.200.000)** y **Gastos de Ventas (\$4.000.000)**. Como se muestra en la tabla

37

8.3. Cronograma de Inversión – fuentes de financiación (propios o terceros)

La proyección financiera del presente plan de negocio demuestra que la empresa Pelos y Extensiones Mileydi posee una total independencia financiera, por lo cual no requiere de apalancamiento o financiación por parte de terceros (entidades bancarias o créditos externos) para la puesta en marcha y operación normal de sus actividades. Esta sólida posición se fundamenta en que la propietaria cuenta con los recursos económicos y el patrimonio neto suficiente para cubrir la totalidad de la inversión inicial requerida y asegurar el capital de trabajo necesario para el funcionamiento del salón de belleza. Al no incurrir en obligaciones financieras externas, la empresa elimina por completo el gasto por concepto de intereses de deuda, lo que optimiza directamente el margen de utilidad neta desde el primer año de operación. Asimismo, de acuerdo con las proyecciones del modelo, el negocio está diseñado para alcanzar su punto de equilibrio en el mes 8 de operación, lo que significa que antes de cumplir su primer año, los ingresos generados por los servicios estrella (postura de extensiones, trenzados y la modalidad de estética a domicilio) serán plenamente capaces de absorber los costos fijos y variables, haciendo que la organización sea autosostenible. Finalmente, las proyecciones a 5 años muestran una generación de excedentes significativos y un Flujo de Caja Operativo que escala de forma

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



robusta (iniciando en \$80.339.186 en el Año 1), lo que garantiza la liquidez diaria para la operación normal (pago de nómina, servicios públicos e insumos) y otorga la capacidad de autofinanciar sus propias reinversiones futuras y planes de expansión regional proyectados al año 2030 sin poner en riesgo la estabilidad financiera de la organización. En conclusión, la combinación de un capital inicial propio y una alta eficiencia en la conversión de ventas a efectivo (evidenciada en una TIR del **43,54%** y un VPN positivo de **\$347.608.234,93**) ratifica que el proyecto es financieramente viable, seguro y completamente autónomo.

8.4 Proyección de Egresos (costos y gastos).

Tabla 28 Proyección de Egresos

COSTOS Y GASTOS													
COSTOS (Cuando apliquen)													
Costos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Mano de obra directa	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 86.523.772,87
Materia Prima Directa													
Costos indirectos de fabricación (MPI-MOI)													\$ -
Subtotal de Costos	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 7.210.314,41	\$ 86.523.772,87
GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTA													
Gastos Operacionales	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Nómina	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 2.981.811,55	\$ 35.781.738,55
Arrendamiento	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 4.800.000,00
Servicios Públicos	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 3.000.000,00
Gastos Generales	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 833.333,33	\$ 7.600.000,00
Dotación	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
Subtotal Gastos Administrativos y de venta	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 4.415.144,88	\$ 52.981.738,55
GASTOS FINANCIEROS													
Gastos Financieros	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Cuota a pagar mensual	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Subtotal Gastos Financieros	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL EGRESOS	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 11.625.459,29	\$ 139.505.511,42
Proyección Anual de Egresos													
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5							
Valores en Pesos Colombianos		\$ 139.505.511,42	\$ 148.294.358,64	\$ 155.560.782,22	\$ 163.261.040,94	\$ 171.668.984,55							



8.5 Plan de Compra

SERVICIO	Precio	Costo Insumos	Costo MO	CIF	Total Costos	Utilidad por producto	% Margen de utilidad
Costo Unitario MOD Trensado	\$ 107.000	\$ 12.000	\$ 77.013	\$ 9.255	\$ 98.267	\$ 8.733	8,16%
Costo Unitario MOD Alisado	\$ 126.500	\$ 31.500	\$ 51.342	\$ 6.170	\$ 89.012	\$ 37.488	29,64%
Costo Unitario MOD Planchado	\$ 80.000	\$ 35.000	\$ 51.342	\$ 6.170	\$ 92.512	-\$ 12.512	-15,64%
Costo Unitario MOD Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	\$ 250.000	\$ 121.000	\$ 38.506	\$ 4.627	\$ 164.134	\$ 85.866	34,35%
Costo Unitario MOD Puesta de Extensiones	\$ 195.000	\$ 121.400	\$ 51.342	\$ 6.170	\$ 178.912	\$ 16.088	8,25%
Costo Unitario MOD Puesta de Peluca	\$ 430.500	\$ 360.500	\$ 51.342	\$ 6.170	\$ 418.012	\$ 12.488	2,90%

[illegible]

			Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
Alisado	Unidad	Cantidad	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030
Alisadora	Gramos	99	26.000	27.274	28.624	30.098	31.904	2.574.000	2.836.496	3.120.023	3.431.195	3.828.491
Guañtes	Unidad	99	1.000	1.049	1.101	1.158	1.227	99.000	109.096	120.001	131.969	147.250
Shampoo	MI	99	2.000	2.098	2.202	2.315	2.454	198.000	218.192	240.002	263.938	294.499
Acondicionador	MI	99	2.500	2.623	2.752	2.894	3.068	247.500	272.740	300.002	329.923	368.124
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Costo Unitario Alisado	31.500		31.500	33.044	34.679	36.465	38.653	3.118.500.000	3.436.524.000	3.780.027.704	4.157.024.779	4.638.364.491

			Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
Planchado	Unidad	Cantidad	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030
Termo Protector	Unidad	232	35 000	36 715	38 532	40 517	42 948	8 120 000	8 958 460	9 902 825	10 980 056	12 240 129
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0						

			Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	Unidad	Cantidad	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030
costo de servicio promedio	Unidad	1,00	121.000,00	126.929,00	133.211,99	140.072,40	148.476,75	121.000,00	131.498.444,	145.467.488,	161.363.408,	180.399.248,
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,	0,	0,	0,
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Costo Unitario Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	121.000							121.000,00	131.498.444,00	145.467.488,17	161.363.407,97	180.399.247,51

[illegible]

			Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Unitario	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
Puesta de Peluca	Unidad	Cantidad	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029	Año 2030
Peluca	Unidad	430,00	350.000,00	367.150,00	385.323,93	405.168,11	429.478,19	150.500.000,00	166.318.950	183.799.512	203.799.558	227.623.443
Pegante	Unidad	430,00	10.000,00	10.490,00	11.009,26	11.576,23	12.270,81	4.300.000,00	4.751.970	5.251.415	5.822.845	6.503.527
Agua	Unidad	430,00	500,00	524,50	550,46	578,81	613,54	215.000,00	237.599	262.571	291.142	325.176
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Costo Unitario Puesta de Peluca	360.500							155.015.000,00	171.308.518,50	189.313.497,59	209.913.544,63	234.452.145,87

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



8.6 Proyección de Ingresos

Tabla 36 Proyección de Ingresos

PROYECCIÓN DE VENTAS														
Proyección de Ingresos														
Cantidad/Unidades	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Trenzado	12	10	10	10	14	20	20	20	14	24	24	30	258	
Alisado	5	7	7	7	10	5	6	7	10	10	10	15	99	
Planchado	15	15	10	5	30	6	6	15	30	30	30	40	232	
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	81	79	81	81	83	81	80	80	81	81	81	93	982	
Puesta de Extensiones	30	30	30	30	40	35	30	30	40	40	40	55	430	
Puesta de Peluca	30	30	30	30	40	35	30	30	40	40	40	55	430	
Total	173	181	178	173	227	182	172	182	225	225	225	288	2431	
Precio/Unidades	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Promedio	
Trenzado	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	\$ 107.000,00	
Alisado	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	\$ 126.500,00	
Planchado	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	
Puesta de Extensiones	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	
Puesta de Peluca	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	\$ 430.500,00	
Total														\$ 104.500,00
Total	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Trenzado	\$ 1.284.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.140.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 2.568.000,00	\$ 3.210.000,00	\$ 27.606.000,00	
Alisado	\$ 632.500,00	\$ 885.500,00	\$ 885.500,00	\$ 885.500,00	\$ 1.265.000,00	\$ 632.500,00	\$ 759.000,00	\$ 885.500,00	\$ 1.265.000,00	\$ 1.265.000,00	\$ 1.265.000,00	\$ 1.897.500,00	\$ 12.523.500,00	
Planchado	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 800.000,00	\$ 400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 18.560.000,00	
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	\$ 20.250.000,00	\$ 19.750.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.750.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 20.250.000,00	\$ 23.250.000,00	\$ 245.500.000,00	
Puesta de Extensiones	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 6.825.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 5.850.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 10.725.000,00	\$ 83.850.000,00	
Puesta de Peluca	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 15.067.500,00	\$ 12.915.000,00	\$ 12.915.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 17.220.000,00	\$ 23.677.500,00	\$ 185.115.000,00	
Total	\$ 29.216.500,00	\$ 29.825.500,00	\$ 29.925.500,00	\$ 29.525.500,00	\$ 34.783.000,00	\$ 30.327.500,00	\$ 29.229.000,00	\$ 30.075.500,00	\$ 34.283.000,00	\$ 34.283.000,00	\$ 34.283.000,00	\$ 42.282.500,00	\$ 573.154.500,00	
Precios, Volumen y Ventas Totales														
Unidades Vendidas por Servicio														
			Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Trenzado	unid.				258		272		286		301		317	
Alisado	unid.				99		104		109		114		120	
Planchado	unid.				232		244		257		271		285	
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	unid.				982		1.036		1.092		1.152		1.215	
Puesta de Extensiones	unid.				430		453		477		503		530	
Puesta de Peluca	unid.				430		453		477		503		530	
Precio por Servicio														
			Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Trenzado	\$ / unid.			\$	107.000,00		112.243,00	\$	117.799,03	\$	123.865,68	\$	131.297,62	
Alisado	\$ / unid.			\$	126.500,00		132.698,50	\$	139.267,08	\$	146.439,33	\$	155.225,69	
Planchado	\$ / unid.			\$	80.000,00		83.920,00	\$	88.074,04	\$	92.609,85	\$	98.166,44	
Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio	\$ / unid.			\$	250.000,00		262.250,00	\$	275.231,38	\$	289.405,79	\$	306.770,14	
Puesta de Extensiones	\$ / unid.			\$	195.000,00		204.555,00	\$	214.680,47	\$	225.736,52	\$	239.280,71	
Puesta de Peluca	\$ / unid.			\$	430.500,00		451.594,50	\$	473.948,43	\$	498.356,77	\$	528.258,18	
Total Ventas														
Cantidades Vendidas	unid.				2.431		2.562		2.698		2.844		2.997	
Ingresos por Ventas Brutas	\$				\$ 573.154.500,00		633.733.944		700.534.309		776.689.318		867.747.192	
Descuento en Ventas														
Descuento	% ventas													
Pronto pago	\$				0		0		0		0		0	
Otros Ingresos														
Otros Ingresos No operacionales	\$													
COMENTARIOS														

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Se observa una estrategia comercial agresiva y bien estructurada que posiciona a **Pelos y Extensiones Mileydy** como un negocio con un alto potencial de escalabilidad y rentabilidad. Para el primer año, la empresa proyecta ingresos brutos de **\$573.154.500**, sustentados principalmente por el **Servicio de Asesoría y Estética a Domicilio**, el cual representa el núcleo de la facturación con **982 unidades proyectadas** y un ingreso de **\$245.500.000**, lo que demuestra una alta demanda por servicios personalizados y convenientes. La diversificación del portafolio es evidente al incluir servicios de alto valor unitario como la **Puesta de Peluca (\$430.500)** y la **Puesta de Extensiones (\$195.000)**, los cuales, aunque tienen un volumen menor comparado con la asesoría, aportan significativamente al margen global con ingresos de **\$185,1 millones** y **\$83,8 millones** respectivamente. Como indica la tabla 46.

Es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables.

El negocio ha alcanzado una madurez operativa que le permite generar utilidades significativas por encima de su umbral de supervivencia. El **Punto de Equilibrio** se sitúa en **1.954 unidades**, lo que representa la cantidad mínima de servicios que deben prestarse para cubrir la totalidad de los costos fijos de **\$81.408.062,67** y los costos variables de **\$122.830.593,77**. Considerando que el precio promedio por servicio es de **\$104.500,00**, este volumen de equilibrio es el "piso" de seguridad para no registrar pérdidas.

129

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



\$254.039.500,00 frente a unos costos totales de **\$204.238.656,44**. Esto se traduce en una **Utilidad Total de \$49.800.843,60**, lo que confirma que el modelo de negocio es altamente rentable una vez superada la barrera del punto de equilibrio. En la figura 31 muestra los datos.

Ver tabla 47

8.8 Flujo de Caja

Tabla 38. Flujo de caja

 NOMBRE DE LA EMPRESA NIT FLUJO DE CAJA CORTE A: DICIEMBRE 31 DE 2026						
FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		52.536.527	80.142.448	127.803.631	175.401.081	215.810.979
Depreciaciones		6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Amortización Diferidos		0	0	0	0	0
Provisiones		3.414.874	5.209.259	8.307.236	11.401.070	14.027.714
Impuestos		18.387.785	29.049.857	44.731.271	61.350.378	75.533.843
Neto Flujo de Caja Operativo	0	80.339.186	119.401.564	186.842.137	254.192.530	311.372.535
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e Insumo	0	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados	0	0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Adecuaciones y Mejoras	0	1.000.000	0	1.000.000	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	12.000.000	0	12.000.000	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Diferida	0	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	0	13.000.000	0	13.000.000	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Intereses Pagados	0	0	0	0	0	0
Dividendos Pagados	0	0	0	0	0	0
Capital	0	0	0	0	0	0
Otros Ingresos No Operacionales	0	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0	0	0	0	0	0
Neto Periodo	0	67.339.186	119.401.564	199.842.137	254.192.530	311.372.535

El negocio presenta un crecimiento exponencial en su **Neto Flujo de Caja Operativo**, iniciando en el Año 1 con **\$80.339.186** y escalando de manera robusta hasta alcanzar los **\$311.372.535** en el Año 5, lo que demuestra una capacidad operativa muy eficiente para convertir ventas en efectivo real tras cumplir con obligaciones tributarias y provisiones. Un aspecto estratégico fundamental es la gestión de las inversiones en el **Flujo de Caja de**

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



Inversión, donde se observan salidas programadas de **\$13.000.000** en el Año 1 y el Año 3 para adecuaciones, maquinaria y equipo, las cuales son financiadas íntegramente por el excedente operativo sin afectar la estabilidad del periodo. De manera coherente con la filosofía de la empresa. *Ver tabla 48*

8.9 Estado de la Situación Financiera

Tabla 39. Estado de la Situación Financiera

 PELOS Y EXTENSIONES MILEYDI NIT ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA CORTE A: DICIEMBRE 31 DE 2026						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	0	67.339.186	119.401.564	199.842.137	254.192.530	311.372.535
Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	0	67.339.186	119.401.564	199.842.137	254.192.530	311.372.535
Edificaciones	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
propiedad, planta y equipo	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Otros	0	0	0	0	0	0
Depreciación acumulada	0	1.100.000	1.153.900	1.153.900	1.153.900	1.153.900
Total Activos Fijos:	13.000.000	14.100.000	14.153.900	14.153.900	14.153.900	14.153.900
ACTIVO	13.000.000	81.439.186	133.555.464	213.996.037	268.346.430	325.526.435
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	18.387.785	28.049.857	44.731.271	61.390.378	75.533.843
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
PASIVO	0	18.387.785	28.049.857	44.731.271	61.390.378	75.533.843
Patrimonio						
Capital Social o aportes según corresponde	215.864.473	215.864.473	215.864.473	215.864.473	215.864.473	215.864.473
Reserva Legal Acumulada	0	3.414.874	5.209.259	8.307.236	11.401.070	14.027.714
Utilidades Retenidas	0	0	30.733.868	77.617.201	152.382.325	254.991.957
Utilidades del Ejercicio	0	30.733.868	46.883.332	74.765.124	102.609.633	126.249.423
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	215.864.473	250.013.215	298.690.932	376.554.033	482.257.500	611.133.566
PASIVO + PATRIMONIO	215.864.473	268.401.000	326.740.789	421.285.304	543.647.879	686.667.409
	202.864.473	186.961.814	193.185.325	207.289.267	275.301.449	361.140.974

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



El salón presenta una evolución patrimonial extraordinaria, caracterizada por una solidez financiera inusual y un crecimiento orgánico acelerado. En el Año 1, la empresa inicia con un activo total de **\$81.439.186**, el cual se cuadruplica para el Año 5 alcanzando los **\$325.526.435**, impulsado principalmente por un incremento masivo en el **Efectivo**, que pasa de **\$67,3 millones** a **\$311,3 millones**. Esta acumulación de liquidez operativa, sumada a la ausencia total de **Cuentas por Cobrar**, indica un modelo de negocio de ciclo corto donde el flujo de caja es inmediato.

En cuanto a la estructura de capital, resalta nuevamente la política de independencia financiera: los **Pasivos** están constituidos exclusivamente por **Impuestos por Pagar**, sin registrar **Obligaciones Financieras** ni deudas con proveedores en ninguno de los periodos proyectados. El **Patrimonio** experimenta un crecimiento del **183%** a lo largo del quinquenio, pasando de **\$215,8 millones** a **\$611,1 millones**, fortalecido por la acumulación de **Utilidades Retenidas** y una **Reserva Legal** que crece proporcionalmente al éxito del ejercicio. *Ver tabla 49*

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydy.



8.10 Estado de Resultados

Tabla 40. Estado de Resultados

 UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios Educación de calidad al alcance de todos Vigilada MinEducación NOMBRE DE LA EMPRESA NIT ESTADO DE RESULTADOS CORTE A: DICIEMBRE 31 DE 2026  UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios Educación de calidad al alcance de todos Vigilada MinEducación					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	573.154.500	633.733.944	700.534.309	776.689.318	867.747.192
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Costos de Fabricación / Venta	474.584.094	500.039.068	526.525.756	555.063.138	605.626.711
Utilidad Bruta	98.570.406	133.694.876	174.008.553	221.626.180	262.120.481
Gasto de Administración	16.675.872	24.635.050	17.285.544	17.297.721	17.348.124
Gastos de Ventas	29.358.007	28.917.378	28.919.378	28.927.378	28.961.378
Utilidad Operativa	52.536.527	80.142.448	127.803.631	175.401.081	215.810.979
Ingresos no operacionales	0	0	0	0	0
Gastos financieros / Intereses / Cuotas	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	52.536.527	80.142.448	127.803.631	175.401.081	215.810.979
Impuesto renta	18.387.785	28.049.857	44.731.271	61.390.378	75.533.843
Utilidad después de impuestos	34.148.743	52.092.591	83.072.360	114.010.703	140.277.136
Reserva legal	3.414.874	5.209.259	8.307.236	11.401.070	14.027.714
Utilidad repartible o pérdida del ejercicio	30.733.868	46.883.332	74.765.124	102.609.633	126.249.423

La imagen muestra una trayectoria de rentabilidad ascendente y una gestión operativa sumamente eficiente para **Pelos y Extensiones Mileydy**. La empresa proyecta un crecimiento sostenido en sus ventas, pasando de **\$573.154.500** en el Año 1 a **\$867.747.192** en el Año 5, manteniendo una política de cero devoluciones y rebajas que protege el ingreso bruto. Un aspecto técnico sobresaliente es la optimización del margen operativo: mientras que las ventas crecen un **51%** en el periodo de cinco años, la **Utilidad Operativa** se cuadruplica, escalando de **\$52.536.527** a **\$215.810.979**, como se muestra en la tabla 34. Este fenómeno se debe a una excelente estructura de costos y gastos de administración y ventas que no crecen en la misma

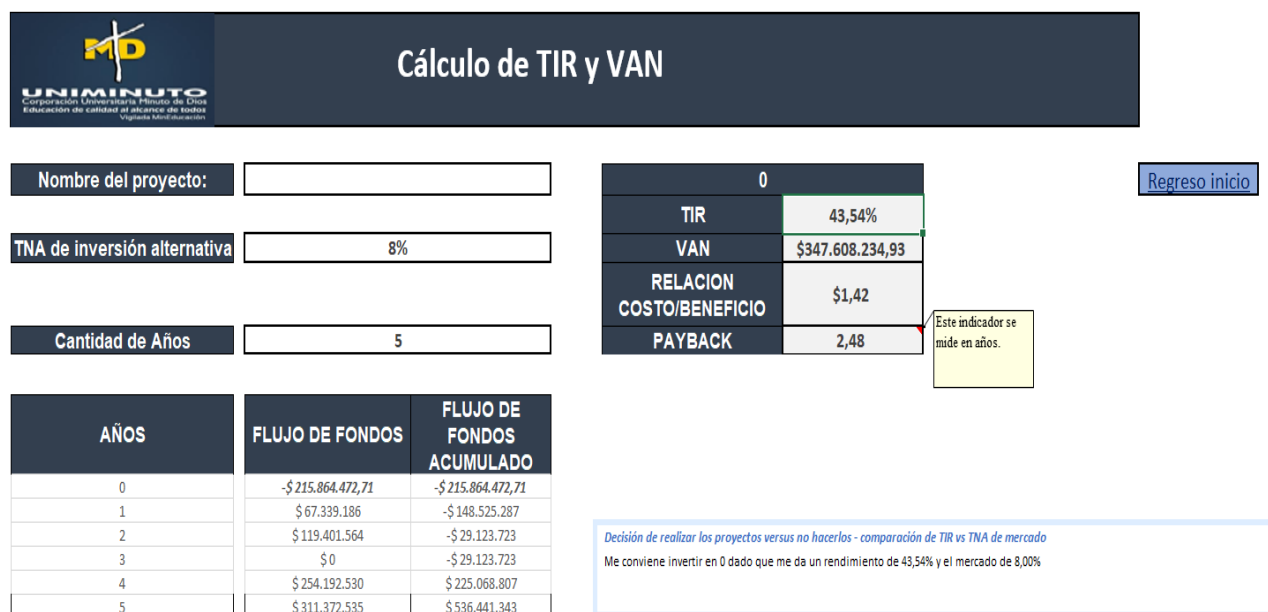
Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



proporción que los ingresos, permitiendo que una mayor parte de cada peso vendido se convierta en beneficio neto.

8.11 Indicadores Financieros TIR y VPN

Tabla 41 Indicadores Financieros TIR y VPN



El proyecto es extraordinariamente atractivo y viable desde cualquier métrica de inversión. El **Valor Neto Actual (VAN)** de **\$347.608.234,93** indica que, tras recuperar la inversión inicial y cubrir la tasa de oportunidad exigida del 8%, el negocio genera una riqueza adicional masiva en términos de valor presente. Complementando esto, la **Tasa Interna de Retorno (TIR)** alcanza un impresionante **43,54%**, una cifra que supera con creces la Tasa de Inversión Alternativa (TNA) del mercado situada en el **8%** como se muestra en la tabla 35, lo que demuestra una rentabilidad interna robusta y un amplio margen de seguridad ante posibles variaciones económicas. con el objetivo básico financiero: Maximizar la inversión. Es un

procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Desde la perspectiva de eficiencia y riesgo, la **Relación Costo/Beneficio de \$1,42** señala que por cada peso invertido se obtienen 42 centavos de ganancia neta, mientras que el **Playback (periodo de recuperación) de 2,48 años** asegura que el capital invertido retorna a la empresa en menos de la mitad del tiempo proyectado.

8.12 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

Tras el análisis exhaustivo de las proyecciones financieras para el periodo 2026-2030, se concluye que el proyecto **Pelos y Extensiones Mileydi** es **financieramente viable y altamente rentable**. Esta afirmación se sustenta en los siguientes pilares técnicos:

- **Generación de Valor y Rentabilidad**

El proyecto presenta un **Valor Presente Neto (VPN) de \$347.608.234,93**, lo que confirma que el negocio genera una riqueza adicional significativa por encima de la tasa de descuento exigida. Asimismo, la **Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 43,54%**, cifra que supera ampliamente la tasa de oportunidad (TNA de inversión alternativa del 8%), posicionando al emprendimiento como una inversión altamente competitiva.

- **Eficiencia Operativa y Punto de Equilibrio**

El modelo demuestra una estructura sólida donde el Punto de Equilibrio se alcanza con la prestación de 1.954 unidades anuales (servicios). Dado que la proyección de ventas para el Año 1 es de 2.430 unidades (sumatoria de trenzados, alisados, planchados, asesorías, extensiones y pelucas), el negocio opera por encima del umbral crítico desde el primer año, reduciendo drásticamente el riesgo de pérdida operativa.

- **Recuperación de Inversión y Liquidez**

Con una inversión inicial total de \$215.864.472,71 (que incluye activos, nómina administrativa y operativa pre-operativa), el flujo de caja muestra una recuperación total del capital (Payback) en un periodo de 2,48 años. Esto indica que antes de finalizar el tercer año, el inversionista habrá recuperado la totalidad de su desembolso inicial. Fortalezas de Margen.

La especialización en servicios técnicos permite obtener márgenes de utilidad bruta superiores al 35% en categorías clave como extensiones y alisados. Esta rentabilidad por producto asegura un colchón financiero para absorber variaciones en los precios de insumos o cambios en las variables macroeconómicas del entorno nacional.

9 CONCLUSIONES

El desarrollo integral de este plan de negocio para la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi permite concluir de manera contundente que el proyecto de fortalecimiento comercial y transformación digital no solo es técnicamente viable, sino también organizacionalmente sólido y financieramente altamente rentable. A continuación, se detalla el cumplimiento de los objetivos específicos que sustentan esta tesis:

En primer lugar, respecto al **estudio organizacional**, se logró diseñar con éxito una estructura administrativa formal, funcional y adaptada a la escala del negocio. A través de la definición clara de la identidad corporativa, la formulación de la matriz DOFA y la confección de un organigrama con manuales de funciones específicos, la empresa transita de una gestión empírica hacia un modelo de gobierno corporativo profesionalizado. Este marco administrativo proporciona el soporte logístico, legal y operativo indispensable para mitigar los riesgos internos y coordinar eficientemente los esfuerzos del talento humano, garantizando que las estrategias de comercialización y mercadeo se ejecuten de manera controlada y sostenible en el tiempo.

En segundo lugar, el **análisis de mercado** cumplió un rol analítico fundamental al decodificar con precisión las expectativas, hábitos y necesidades de los consumidores del sector de la estética capilar. El uso de herramientas de investigación mixta permitió delimitar el perfil del cliente real y estructurar una propuesta de valor fuertemente apalancada en la transformación digital y la fidelización. Lo más relevante de este estudio fue su capacidad de articulación interdisciplinaria: los hallazgos de mercado no se limitaron al área comercial, sino que definieron las especificaciones técnicas del Módulo de Operación, la asignación de roles en el Módulo

Organizacional y las metas de captación de valor económico proyectadas en el horizonte temporal de la empresa.

Finalmente, el **estudio financiero** aportó la validación matemática y científica sobre la viabilidad de la inversión. La modelación de los presupuestos, la proyección de ingresos frente a las estrategias de mercadeo y el análisis riguroso del flujo de caja demostraron que la unidad productiva cuenta con una sólida capacidad de generación de excedentes económicos, estimando recuperar la inversión inicial y alcanzar el punto de equilibrio de manera óptima. Los indicadores financieros de rentabilidad avanzada, representados por el Valor Presente Neto (VPN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) atractiva, confirman que la implementación del plan estratégico es financieramente factible, reduce la incertidumbre para los tomadores de decisiones y garantiza la sostenibilidad y consolidación regional proyectada.

La interconexión armónica de los módulos de mercado, operación, organización e impactos, respaldada por la viabilidad financiera, demuestra que el proyecto cumple con todas las exigencias académicas y corporativas para transformarse en un modelo de negocio competitivo, sostenible y de alto impacto socioeconómico.

10. RECOMENDACIONES.

En primer lugar, es fundamental iniciar un proceso de transformación digital inmediata mediante la adopción de herramientas de agendamiento automatizado, como WhatsApp Business o plataformas especializadas. Esta acción no solo permitirá reducir los índices de ausentismo de los clientes, sino que facilitará la creación de una base de datos estructurada, indispensable para ejecutar procesos de seguimiento post-venta que fortalezcan la fidelización. De manera complementaria, se debe trabajar en el posicionamiento como autoridad técnica a través de una estrategia de contenidos robusta en TikTok e Instagram. Al enfocarse en resultados de "antes y después" y en la educación sobre el cuidado capilar, el salón de belleza no solo atraerá clientes de diversos sectores, sino que proyectará la ética y el profesionalismo como sus principales diferenciales competitivos.

Asimismo, se recomienda avanzar en la formalización de alianzas y educación, estrechando vínculos con proveedores clave y gestionando los permisos ante la Secretaría de Educación para la oferta de talleres de formación técnica. Este paso es vital para diversificar las fuentes de ingresos y consolidar el liderazgo regional en instrucción de belleza proyectado para el año 2030. Finalmente, todo este despliegue debe estar respaldado por la optimización de la experiencia en el local, atendiendo de forma directa las solicitudes de las encuestas de satisfacción, tales como la mejora en la organización de turnos y la atención complementaria con bebidas. Al perfeccionar estos detalles, el servicio técnico se transforma en una "experiencia mágica", aportando un valor agregado que justifica plenamente el precio de especialización y eleva la percepción de la marca.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- .unimilitar. (2017). *unimilitar*. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11051/1/CAMILO%20FINAL%20%28Dimensiones%20de%20la%20%C3%A9tica%20empresarial%29.pdf>
- Alcaldía de santiago de cali. (2018). *cali.gov.co*. Obtenido de <https://web1.cali.gov.co/planeacion/descargar.php?idFile=7777>
- Alvarado, E. (2024). analisis de mercado : que es y como se hace paso apaso. *zenvia*, N.
- ANDI. (25 de junio de 2024). Obtenido de andi: <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17696-cada-colombiano-gasta-un-promedio-de-44>
- Antony, S. H. (2000). *Proceso Administrativo*. México: Mc Graw Hill.
- arias, e. r. (1 septiembre 2020). Estudio de factibilidad: Qué es y qué tipos hay. *Economiapedia*.
- Arias, E. R. (2020). factibilidad financiera. *economiapedia*, <https://economipedia.com/definiciones/factibilidad-financiera.html>.
- Asana, T. (2025). Estructura organizativa: 10 formas de organizar el equipo. *Asana*, <https://asana.com/es/resources/team-structure>.
- Bóveda, j. E., & Oviedo, A. (2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio*. jica.
- CAMA DE COMERCIO DE CALI. (18 de diciembre de 2024). *Belleza y cuidado personal: Desafíos y desafíos*. cali.
- CAMARA DE COMERCIO DE CALI. (2024). *Belleza y cuidado personal: Desafíos y*. CALI: RITMO CLUSTER.
- Cámara de Comercio de Cali. (Miércoles 18 de diciembre de 2024). *ritmo cluster*. Obtenido de <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2024/12/Informe-Econo%CC%81mico-Belleza-2024-43.pdf>
- Carmona, R. G. (2025). Análisis de mercado: clave para el éxito empresarial . *empresza actual punto.com*, https://www.empreszaactual.com/analisis-de-mercado/?gad_source=1&gad_campaignid=23267410305&gbraid=0AAAAAo-fdC88MF_Durjzwp7upABojsiOb&gclid=Cj0KCQiAhOfLBhCCARIsAJPiopPFjhoi9XFulY4WTsTmrOyohpJBUTAE2cG0s_kaL3w_5qZ8aW039kMaAu37EALw_wcB.

- Colombiano. (26 de 08 de 2017). *Por qué Antioquia es clave en el negocio de Alpina*. Obtenido de <http://www.elcolombiano.com/negocios/alpina-invierte-y-crece-mas-en-antioquia-AG7181741>
- comercio, c. d. (18 de diciembre de 2024). *Belleza y cuidado personal: Desafíos y*. Obtenido de ritmo cluster: <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2024/12/Informe-Econo%CC%81mico-Belleza-2024-43.pdf>
- concejería presidencial para la equidad de la mujer. (15 de junio de 2021). *observatorio colombiano mujer* . Obtenido de observatoriomujer.go.co: https://observatoriomujeres.gov.co/archivos/publicaciones/Publicacion_147.pdf
- Corvo, H. S. (2024). Factibilidad financiera. *Lifeder*, <https://www.lifeder.com/factibilidad-financiera/>.
- DANE. (2021). *ENCUESTA DE HOGARES*. Bogotá: No Aplica.
- Estrella, A. (2024). Análisis de mercado. *Zenvia*, <https://www.zenvia.com/es/blog/analisis-de-mercado/>.
- gandia, r. (2025). Manual de estrategias de marketing. *Clientify*.
- garzón, d. (19 de agosto de 2025). *infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/colombia/2025/08/20/la-industria-de-belleza-y-cuidado-personal-impulsa-un-crecimiento-del-16-en-exportaciones-durante-2025/#:~:text=La%20industria%20de%20belleza%20y,en%20exportaciones%20durante%202025%20%2D%20Infobae>
- gil, p. (2025). Plan de Negocios: concepto, pasos para hacerlo y ejemplos. *holded*.
- González, M. J. (2019). *Estructura organizacional*. barranquilla: Institución Universitaria Itsa .
- ionos. (12/09/2023). el analisis de mercado : definicion y ejemplo. *equipo editorial de ionos*.
- javeriana, p. u. (2025). *¿Qué es un plan de negocios?* bogata: pontificia universitaria javeriana.
- Miguel Ángel Medina Romero, D. R. (julio del 2023). metodo mistico de mixto de investigacio. En D. R. Miguel Ángel Medina Romero, *metodo mistico de mixto de investigacio* (pág. 144). peru: Instituto Universitario de Innovación.
- Narváez, M. (s.f.). Estructura organizacional: Definición, beneficios y tipos. *questionpro*, www.questionpro.com/blog/es/estructura-organizacional/.
- Narvaez, M. (N). Estrategia de mercadeo: Definición, beneficios y tipos. *P question P*, N.
- Pursell, S. (2025). Estrategias de marketing 2025: guía completa con ejemplos. *hotspot*.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



- Ribera, I. R. (2022). Marketing y ventas: Claves para coordinar estrategias en conjunto y generar más oportunidades. *connext*, <https://www.connex.es/blog/marketing-y-ventas-claves-para-coordinar-estrategias-y-generar-mas-oportunidades/>.
- ruiz, a. (2025). estructura del estudio tecnico de un plan de negocio. *negocios IQ*.
- Santos, D. (2025). Cómo hacer un análisis de mercado efectivo paso a paso. *hubspot*, <https://blog.hubspot.es/marketing/como-hacer-analisis-mercado>.
- spekman, R. M. (2013). pasos para el plan de mercado. *NEWSLETTER P&M*.
- spekman, r. y. (2013). pasos para el plan de mercadeo. *NEWSLETTER P&M*, n.

12. ANEXOS

Enlace y Formulario de la Encuesta de Investigación de Mercados

- *Descripción:* Formulario estructurado en la plataforma Google Forms aplicado a la muestra de usuarias recurrentes de la unidad productiva para medir variables de satisfacción, hábitos de consumo, frecuencia de compra y disposición de pago.
- *Ubicación del soporte digital:* [Formulario de Google - Encuesta de Percepción y Satisfacción.](#)
- Anexo B. Matriz de Tabulación y Sistematización de Datos Primarios.
 - *Descripción:* Matriz de datos cuantitativos y cualitativos que consolida las 53 encuestas procesadas, incluyendo el análisis de oportunidades de mejora y la categorización de peticiones en servicios de alimentos, bebidas y optimización de tiempos de espera de la clientela.
- Anexo C. Fichas Técnicas del Portafolio de Servicios Estrella.
 - *Descripción:* Documentos técnicos de estandarización que detallan la denominación comercial, el proceso paso a paso, las materias primas y las advertencias sanitarias e inmunológicas avaladas por el INVIMA para las siguientes categorías de servicios:
 - *Anexo CI:* Ficha Técnica - Planchado Térmico y Sellado de Cabello.

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



- *Anexo C2:* Ficha Técnica - Alisado de Cabello Afro y Progresivo (Keratinas libres de formol).
 - *Anexo C3:* Ficha Técnica - Trenzado con Fibra Sintética Kanekalon.
 - *Anexo C4:* Ficha Técnica - Instalación de Pelucas y Extensiones Procesadas y Humanas.
- Anexo D. Manual Documental de Funciones y Perfiles Administrativos.
 - *Descripción:* Fichas descriptivas del talento humano de la empresa bajo una estructura jerárquica lineal, donde se formalizan las responsabilidades, perfiles requeridos, dedicación horaria y tipo de vinculación legal para los cargos de Directora General, Director Administrativo, Coordinador de Auxiliares y Auxiliares de Peluquería.
- Anexo E. Registro de Legalización de la Unidad Productiva
 - *Descripción:* Copia del Registro Único Tributario (RUT) de régimen simple y soportes de registro ante la Cámara de Comercio de Cali bajo la actividad económica Código CIIU 9602 (Peluquería y otros tratamientos de belleza).
- Anexo F. Modelo y Simulador Financiero en Excel (Horizonte a 5 Años).
 - *Descripción:* Libro de cálculo automatizado e interconectado que contiene las memorias cuantitativas de viabilidad del proyecto de inversión, desglosado en las siguientes pestañas de soporte:

Plan de Fortalecimiento Comercial y Transformación Digital para el Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes en la Peluquería Pelos y Extensiones Mileydi.



- *Anexo F1:* Presupuesto de Inversión Inicial en Activos Fijos (Maquinaria, Enseres y Adecuaciones).
- *Anexo F2:* Presupuesto de Capital de Trabajo Proyectado y Gastos de Puesta en Marcha.
- *Anexo F3:* Presupuesto Consolidado de Nómina General y Prestaciones Sociales.
- *Anexo F4:* Proyección de Egresos, Costos Operativos y Gastos Anuales de Administración.
- *Anexo F5:* Proyección de Ingresos Brutos por Unidades de Servicio Comercializadas.
- *Anexo F6:* Matriz de Cálculo Matemático del Punto de Equilibrio Operativo (Umbral de 1.954 servicios).
- *Anexo F7:* Estado de Resultados Proyectado y Estado de la Situación Financiera.
- *Anexo F8:* Flujo de Caja Neto Efectivo y Evaluación de Indicadores Avanzados (VPN, TIR, Costo-Beneficio y Periodo de Recuperación del Capital).