 <p>Universidad Católica de Manizales</p> <p><small>INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR</small></p>	<p>INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	1 de 110

INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE EMPRENDIMIENTO

PROYECTO: DERMASALUD, CUIDAMOS DE TI.



PRESENTADO POR:

Daniela Nathaly Montenegro Mora


Andrea Elizabeth Colimba Piarpuezan

Tutor:

Kevin Paulo Barrero Sanabria

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACION DE LA SALUD

2021

 <p>Universidad Católica de Manizales</p> <p><small>INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR</small></p>	<p>INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	2 de 110

I. Nombre del proyecto

Empresa dedicada a la comercialización de productos naturales para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y belleza. ***“Dermasalud, Cuidamos De Ti”***

II. Tabla de Contenido

I. Nombre del proyecto

II. Tabla de contenido

III. Introducción

IV. Justificación

V. Objetivos

a. General

b. Específicos

1. Resumen ejecutivo

1.1 Concepto de negocios

1.2 Potencial de mercado

1.3 Propuesta de valor

1.4 Resumen de inversiones

1.5 Proyecciones de ventas

1.6 Evaluación de viabilidad

1.7 Presentación del equipo de trabajo

2. Planteamiento y descripción de la Oportunidad de Negocios


2.1 Contextualización: Global – Regional, Local y Sectorial

2.2 Descripción de la Oportunidad de Mercado



- 2.3 Análisis Pestal
- 2.4 Análisis DOFA
- 2.5 Estimación de Demanda
- 2.6 Tamaño de Mercado
- 2.7 Estructura del Mercado
- 3. Plan de Mercado
 - 3.1 Modelado de Negocios
 - 3.2 Análisis de Segmentos de Mercado
 - 3.3 Análisis de la Competencia: (5 FUERZAS DE PORTER)
 - a. Identificación de la competencia
 - b. Análisis y conclusiones
 - 3.4 Estrategia de Mercados
 - 3.4.1 Estrategia de Distribución
 - 3.4.2 Estrategia de Precio
 - 3.4.3 Estrategia de Promoción
 - 3.4.4 Estrategia de Servicio
 - 3.5 Proyección de Ventas
- 4. Plan Operativo
 - 4.1 Ficha técnica de ventas
 - 4.1.1 Ficha técnica del servicio
 - 4.2 Análisis de la cadena de valor
 - 4.3 Proceso del servicio
 - 4.4 Análisis de requerimientos

- 4.4.1 Necesidades de maquinaria
- 4.4.2 Necesidades de materiales
- 4.4.3 Necesidades de personal
- 4.5 Análisis de Localización
- 4.6 Propuesta de diseño de planta
- 5. Prototipo de validación de prototipo (portafolio de servicios)
- 6. Plan organizacional
 - 6.1 Pensamiento estratégico
 - 6.1.1 Principios Corporativos
 - 6.2 Misión de la empresa
 - 6.2.1 Visión de la empresa
 - 10.3 Objetivos estratégicos
 - 10.4 Estructura organizacional
 - 10.5 Análisis Legal y Normativo
 - 10.5.1 Legislación Aplicable
 - 10.5.2 Tipo de sociedad
 - 10.5.3 Obligaciones y beneficios
- 11. Plan de gestión de riesgos
- 12. Plan Financiero
 - 12.1 Análisis de costos de operación
 - 12.2 Plan de inversiones
 - 12.3 Plan de financiación
 - 12.4 Análisis del punto de equilibrio

 <p>Universidad Católica de Manizales</p> <p><small>INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR</small></p>	<p>INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	5 de 110

12.5 Estado de resultados proyectado

13. Conclusiones y recomendaciones

14. Bibliografía

15. Anexos

III Tabla de contenido de tablas y figuras

2.3 Tabla de análisis Pestal

2.4 Tabla de análisis DOFA

2.5 Tabla de enfermedades en la piel

3.1 Tabla de modelo de negocios: validación del modelo de negocio inicial.

3.3 Tabla de análisis de la competencia (5 FUERZAS DE PORTER)

3.4.4 Tabla de estrategia de servicios

3.5 Tabla de proyección de ventas

4.1 Tabla de ficha técnica de ventas

4.1.1 Tabla de ficha técnica del servicio

4.2 Tabla de análisis de la cadena de valor

4.3 Tabla de proceso de servicio

4.4.1 Tabla de necesidades de requerimientos

4.4.2 Tabla de necesidades de maquinaria y equipo

4.4.3 Necesidades de materia e insumos

4.5 Figura de localización

4.6 Figura propuesta de diseño de planta

5.0 portafolio de servicios

6.4 Estructura organizacional

7.0 Tabla de plan de gestión de riesgos

8.1 Tabla de análisis de costos de operación

8.2 Tabla de plan de inversiones

8.3.1 Tabla de presupuesto de costos o gastos proyectados

8.3.2 Tabla de necesidades de financiación


8.4 Tabla de análisis del punto de equilibrio

8.5 Tabla de estado de resultados proyectados

8.5.1 Tabla de viabilidad del proyecto

IV Introducción:

El trabajo fue desarrollado para identificar la factibilidad de implementar y poner en marcha una empresa. Para llevar a cabo esta propuesta se realizaron los estudios necesarios y pertinentes logrando identificar la viabilidad del montaje de la empresa. El presente plan de negocio puede contribuir al crecimiento del sector en el país. También se destaca que la implementación de nuevas empresas ayuda a la generación de nuevos empleos colaborando con la disminución de la tasa de desempleo del país. La necesidad constante por consumir productos que eleven su autoestima e imagen personal, ha llevado a que los productos de cuidado facial, capilar y belleza sean parte de las necesidades básicas humanas sin importar el estrato social motivado a no quedarse por fuera de las tendencias sociales. Convirtiendo a las comercializadoras y prestadores de servicios de esta área, en un mercado en crecimiento atractivo rentable. Con base a lo anterior surge la idea de crear una empresa donde se comercialice productos para el cuidado de facial, capilar y belleza, acompañado de servicios de dermatología, en el

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	7 de 110


municipio de Cumbal departamento de Nariño, dirigido a la población tanto femenina como masculina, es un negocio versátil que ofrece los productos tanto en una tienda física como una tienda virtual donde encontrarán los productos, precios, promociones y entrega inmediata en el municipio. En el presente proyecto se plantean estrategias diferenciales ante la competencia y la búsqueda de alianzas con empresas que abastezcan de los productos que se ofertan, permitiendo la competitividad y posicionamiento del negocio en el municipio.

III. Justificación

La pertinencia de este proyecto se basa primordialmente en lograr un impacto social, gracias a la formación integral como administrador en Salud y la aplicación de los principios administrativos, formados con la capacidad de establecer, intervenir y ejecutar proyectos, con herramientas como lo son la planeación estratégica para lograr los objetivos planteados, una buena organización a nivel interior con el personal calificado para la ejecución de las distintas actividades y a nivel exterior con los proveedores certificados, transportadores y todo el equipo logístico, es clave tener la capacidad de dirigir como un verdadero jefe y líder de la empresa siendo un ejemplo a seguir para los demás, alcanzar y controlar todos los procesos de gestión en nuestra institución, para establecer calidad superior en el servicio, con responsabilidad humana y responsabilidad social, donde la garantía de mejorar la calidad de vida de los diferentes clientes sea notable al público, ofreciendo un modelo y servicio de salud de vanguardia, novedoso, soluciones claras a las necesidades relacionadas con el cuidado de la salud y el bienestar, aportando desde nuestra profesión todos los conocimientos no solo administrativos sino integrales, en donde se destaque la asesoría personalizada, acompañamiento y sobretodo

confiabilidad para ofrecer un servicio completo, encontrando productos para mejorar su aspecto físico y estético. El municipio de Cumbal-Nariño, en los últimos años ha logrado un desarrollo en su economía, por lo que se ha optado por desarrollar el proyecto en esta ciudad, que por su ubicación estratégica se convierte en un lugar atractivo para la creación de este establecimiento siguiendo todas las normas civiles y comerciales para su constitución legal de acuerdo las exigencias establecidas en nuestro territorio. “Actualmente los lugares donde se ofrece servicios para el cuidado de piel, cabello y belleza en general, han tenido un gran surgimiento e impacto, puesto que, se ha demostrado que los beneficios que brindan han sobrepasado las expectativas.” (OSUNA, 2024)

Además de ser un proyecto que genera un impacto social, ya que se propone un cambio en este municipio, es decir un cambio físico y emocional en la población, por ende el objetivo primordial a nivel social es ofrecer una mejoría en el aspecto facial de las personas, mejorar su salud estética, que tengan mayor confianza en sí mismos y elevar su autoestima, con la venta de estos productos a la población y la garantía de los servicios, que van a perdurar en el tiempo, con la posibilidad de extender el proyecto a otros municipios una vez se consolide en el proyecto principal, generando también un impacto en la economía, al obtener rentabilidad financiera y social, al mismo tiempo es una fuente de empleo para la población del Municipio, lo que contribuye al desarrollo y crecimiento de la comunidad en donde se van a pagar todos los impuestos establecidos por el ente territorial y sean distribuidos para los diferentes fines legales.

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	9 de 110

IV. Objetivos

a. General:

Establecer la viabilidad del modelo de negocio de **“Dermasalud, Cuidamos De Ti”** para ofrecer el servicio de productos naturales para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y belleza en el Municipio de Cumbal (Nariño) apoyados en los análisis de plan de negocio.


b. Específicos:

- Investigar el entorno y el mercado donde se desarrollará la empresa, conocer las oportunidades y amenazas a las que se enfrentará la empresa.
- Desarrollar los estudios administrativos, técnicos y legales que se requieran para la formalización de la empresa.
- Determinar y elaborar estrategias sólidas para comercializar los productos y prestación de servicios.
- Realizar el estudio económico y financiero para poder conocer la factibilidad y viabilidad del proyecto.
- Realizar una descripción de la empresa sólida y consistente que nos permite conocer más a profundidad cada detalle de la organización.

1. Resumen Ejecutivo:

1.1 Concepto de negocios

Cada vez son más las personas que acuden en busca de opciones que conlleven a mejorar su imagen, su salud tanto física como emocional, así como también buscan un espacio de tranquilidad para la relajación y el embellecimiento. Esto genera una necesidad e interés por la creación de establecimientos de comercialización de productos

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	10 de 110

naturales y belleza con las competencias ocupacionales necesarias enfatizando en investigación e innovación para contribuir con el desarrollo laboral y económico del país. Por lo tanto uno de nuestros objetivos es brindar asesoría profesional e integral a nuestros clientes en la comercialización de los productos ya que este es un plus que brinda mayor confianza a los usuarios y tranquilidad con el uso adecuado de los productos ofrecidos de manera personalizada, asegurando un mejoramiento continuo de la salud, además de brindar una alta oferta de productos en un solo establecimiento que ayuden a mejorar el aspecto físico y a la vez emocional, con el apoyo diagnóstico de profesionales como es el dermatólogo, bacteriólogo y personal capacitado en estética y ventas de los diferentes productos.

1.2 Potencial de mercado


“**Dermasalud, Cuidamos De Ti**” es un emprendimiento ubicado municipio de Cumbal, dirigido a toda su población en general sin distinción de edades que sufren de patologías o quieran mejorar la apariencia de su piel o cuero cabelludo, mujeres que les gusta y quieran cuidar de su belleza, personas de estratos bajos, medios y altos, que deseen adquirir el producto para cuidar su apariencia personal, somos un establecimiento en donde se ofrecen productos para el cuidado de la piel, lacerada por el frío, rayos UV, con asesoría dermatológica personalizada, en donde se trabajará con productos a base de extractos de espino y peonía que trabajan a nivel de la microcirculación luchando contra las rojeces y aportando colágeno a las paredes de los capilares para reforzarlos y evitar su permeabilidad.

1.3 Propuesta de valor

Las personas que sufren de problemas en la piel, el cabello e inconformidades con su apariencia física, enfrentan diariamente problemas de salud debido a la exposición al frío intenso y los peligrosos de los rayos UV, mereciéndose sentirse, aliviadas, protegidas, seguras, bonitas, importantes, descompiladas, para ello se ofrece un servicio profesional integral para el cuidado y el tratamiento de la piel, el cabello y el cuidado personal a través de la asesoría y comercialización de los mejores productos 100% originales en un solo sitio.

1.4 Resumen de inversiones: Luego de realizar el análisis técnico, legal, administrativo y financiero del proyecto, y al considerar los diferentes factores que deben tenerse en cuenta para poner en marcha el proyecto; en primer lugar, se consideró para dichos análisis, el abastecimiento de productos los cuales estén listos para ser otorgado al consumidor, lo que disminuye en gran cantidad los esfuerzos de inversión ya que no es requerida una gran infraestructura y los activos son mínimos para el desarrollo de la empresa. Por su parte el presupuesto de inversión calculado para operar la empresa inicialmente corresponde a \$11.174.401.

1.5 Proyecciones de ventas: La proyección en ventas está sujeta a cambios de mercado, así como la forma que se tiene de vender los productos en el mercado objetivo, lo que se hizo fue de acuerdo a las variables de mercado realizar una proyección en cantidades, precio de venta unitario y de los ingresos mensuales de los productos ofrecidos. La proyección muestra porcentajes de crecimiento en cantidades, precios de los ingresos que se percibirían inicialmente de manera mensual y con la proyección a 3 años se evidencia el crecimiento en ventas con el estudio realizado por cada producto y la proyección de los mismos.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	12 de 110

1.6 Evaluación de viabilidad: la viabilidad del proyecto analizado desde el Estado de Pérdidas Y Ganancias, donde el 33% de los ingresos corresponden al costo de los productos ofrecidos dejando un margen bruto del 67%.

1.7 Presentación del equipo de trabajo:

El equipo de trabajo está conformado principalmente por dos Bacteriólogas especialistas en Administración de la Salud, egresadas de la Universidad Católica de Manizales, las cuales asumen las riendas de la empresa “**Dermasalud, Cuidamos De Ti**”, con el apoyo de un auditor profesional el cual nos brinda su conocimiento para lograr que la empresa cumpla sus objetivos, en el equipo también contamos con un contador profesional integral, el cual nos ayuda en el área financiera, área contable, estadísticas, entre otros, logrando así que se administren los recursos y las ganancias de la mejor manera para que la empresa tenga un crecimiento exitoso, contando con el apoyo de un auxiliar contable, también contamos con un profesional en dermatología que nos ayuda mediante diagnósticos clínicos a mejorar la salud de nuestros clientes, en el área de comercialización de productos tenemos vendedores, esteticistas, auxiliar de bodega y mensajería, los cuales siempre están dispuestos a brindar su conocimiento, asesoría, apoyo, acompañamiento a nuestros clientes con el fin de que ellos se sientan satisfechos al recibir nuestra atención en el momento que ellos necesitan.

2. Planteamiento y descripción de la Oportunidad de Negocios

2.1 Contextualización: Global – Regional, Local y Sectorial:

De todos los órganos del cuerpo, la piel es el más versátil de todos. Es el único órgano que está directa y constantemente abierto al exterior. La piel protege de agentes externos, del calor y el frío, del aire y los elementos, de las bacterias, es



impermeable, se repara y lubrica a sí misma, incluso elimina algunos residuos del cuerpo. Como sus parientes el pelo y las uñas, refleja tanto la salud física como la mental. La piel puede avisar de enfermedades internas con cambios en su color o textura, con aparición de granos o de manchas. Proporciona el sentido del tacto, puede ser áspera o delicada, suave o arrugada, según dicten las necesidades o la edad. (sanitas, s.f.)

A través de los años se ha podido observar que el cuidado de la piel, sobre todo en el área facial, se ha intensificado y fortalecido notablemente, en primer lugar por temas de salud y prevención de enfermedades y en segundo lugar porque la sociedad universal a marcado considerablemente un estereotipo de belleza que se representa con el cuidado facial, implementado productos naturales para disminuir la afectaciones de la misma, en el mismo sentido se han impulsado métodos que permiten el cuidado del cuero cabelludo y el uso de diferentes productos que cuidan del aspecto físico de las personas, estos dos como sinónimos universales de belleza, salud tanto física como mental; por lo anterior se han destacado el impulso de nuevos productos en el mercado tanto internacional como nacional ya que se marca como una necesidad mundial para restablecer las afectaciones faciales y capilares evitando complicaciones en la salud, los cosméticos son pues una herramienta imprescindible para la mayoría de las personas, de modo que estos se catalogan como productos de constante demanda.

“Cada vez son más las personas que acuden en busca de alternativas que conlleven a mejorar su imagen y auto concepto, así como de un espacio de tranquilidad para la relajación y el embellecimiento.” (Maribel Bautista Céspedes, 2005)

El fragmento de comercialización de productos naturales para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y belleza, se encuentra en un sector que abarca tanto lo industrial como lo económico, obteniendo un mercado de gran relevancia y complejidad, ya que va de la mano con el consumo, el bienestar y la salud, protegiendo al consumidor en materia de garantía de los productos con una legislación rigurosa, con responsabilidades sobre la seguridad y el bienestar de las personas.

A nivel internacional en los últimos años, los países emergentes se han posicionado como nuevos mercados estratégicos en los que hacer negocios a corto plazo para el sector. Son mercados clave para las empresas del sector. La exportación, que anualmente suma un montante de 2.500 millones de euros, a ese tipo de mercados se está convirtiendo en básica para sobrevivir y seguir creciendo. (VALENCIA, 2014)

Según la revista (Firanews, 2012) “Europa es el líder mundial en el sector de la belleza integral, lo cual engloba, la cosmética, peluquería, perfumería y estética mueve alrededor de 7.100 millones de euros al año y genera empleo a más de 32.000 personas.”

Nivel nacional el sector cosmético es de gran importancia para la economía colombiana teniendo en cuenta que viene creciendo fuertemente desde el año 2000 y que Colombia es el segundo País con mayor Biodiversidad. Es tanta la relevancia que ha adquirido que desde el 2009 ingreso al Programa de

Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio Industria y Turismo con el propósito de convertirlo en un sector que pueda competir mundialmente. (propais)

Empresas colombianas como Biotecnik S.A.S, Hada, Productos de Belleza Ana María, Quifarma Ltda, y Laboratorios Esko Ltda, se destacan dentro del sector cosmético que lidera el mercado en el país. Estas empresas han incluido en su producción el concepto de cosmética natural teniendo un amplio portafolio de productos para cubrir las necesidades de maquillaje, protección, cuidado personal; profundizando adicionalmente en investigación y desarrollo lo que las incluye dentro de las empresas reconocidas dentro de la industria cosmética nacional. (propais)

El sector de cosméticos es altamente representativo para Colombia pues viene aumentando su crecimiento en los últimos años. De acuerdo a la Encuesta Anual Manufacturera del DANE la distribución de la producción del sector de Cosméticos es del 53%. Los métodos de mercadeo y venta son una parte esencial del crecimiento de las ventas del sector. Efectivamente, las ventas por catálogo, las ventas en farmacias, en tiendas especializadas, en supermercados y tiendas tradicionales, llevan a que la cobertura de productos sea total y la diversificación de los mismos sea amplia. (propais)

Se tienen además en cuenta factores culturales, tales como que a las colombianas por condiciones climáticas, pigmentos diferentes de la piel, y características sociodemográficas, les gusta usar maquillaje. Tema que se viene interiorizando en la mujer colombiana y evidentemente eleva las ventas de los productos,

encasillando a Colombia en el tercer lugar de los países latinoamericanos más dinámicos dentro de esta industria. (propais)

Hoy se observa en los hábitos de los colombianos una tendencia de cuidado personal, tendencias de una vida sana, ejercicio, alimentación sana y productos que eleven el estatus, la belleza y la apariencia de las personas, recursos que son utilizados por las empresas para desarrollar un mayor número de productos, segmentar a su consumidor, saber cuáles son sus preferencias, y satisfacer sus necesidades. (propais)

A nivel regional, El Departamento de Nariño está ubicado en la esquina suroccidental de Colombia, como una cuña entre la República de Ecuador, la cordillera de los Andes y el océano Pacífico. El departamento se divide en tres subregiones naturales de gran belleza y diversidad: la Llanura del Pacífico, que ocupa el 52% de su territorio, la región Andina (46%) y la vertiente Amazónica (2%). La subregión más poblada es la Andina. (Hoz, 2007)

A nivel local, proponer un cambio en el municipio de Cumbal-Nariño tanto físico como emocional en la población, por ende el objetivo primordial a nivel social es ofrecer una mejoría en el aspecto facial de las personas, mejorar su salud estética, que tengan mayor confianza en sí mismos y elevar su autoestima, con la venta de estos productos a la población y la garantía de los servicios que van a perdurar en el tiempo, con la posibilidad de extender el proyecto a otros municipios una vez se consolide en el proyecto principal, generando también un impacto en la economía, al obtener rentabilidad financiera y social, al mismo tiempo es una fuente de empleo para la población del Municipio, lo que

contribuye al desarrollo y crecimiento de la comunidad en donde se van a pagar todos los impuestos establecidos por el ente territorial y sean distribuidos para los diferentes fines legales.

2.2 Descripción de la Oportunidad de Mercado:

El municipio de Cumbal por su ubicación geográfica, se sitúa en el sur occidente del departamento de Nariño, cuenta con una altitud de 3.050 m s. n. m. cuenta con un clima frio que oscila entre los 8 y 14 grados centígrados, en ocasiones esta temperatura disminuye hasta los 2 grados centígrados con una humedad del 91% (colombiaturismoweb.com, s.f.)

Debido a estas condiciones climáticas duras, por temperaturas muy bajas, viento, ventisca, nieve, etc., la piel se torna más pálida, fruto de la vasoconstricción. Los capilares se contraen y disminuye la irrigación, de modo que llega menos oxígeno y nutrientes a las células, se retarda el recambio y se acumulan las células muertas, lo que confiere al cutis un aspecto opaco y grisáceo. Por otro lado, a consecuencia de lo expuesto, la piel experimenta una sensación de tirantez y como resultado de la capa formada por las células muertas, la secreción sebácea llega con más dificultad a la superficie para lubricar y nutrir la epidermis, dejándola seca y sensible. (DERMOFARMACIA, 2001)

Además del frio, otros agentes físicos como la “electricidad, la luz solar, la luz ultravioleta, la radiación láser y las fuentes de alta energía como los rayos X y otras sustancias radiactivas son potencialmente nocivas para la piel y para todo el organismo.” (Durocher)


En consecuencia, de lo mencionado anteriormente, los daños en la piel son graves, ya que dejan; quemaduras, resequedad, manchas rojizas, urticaria. Este problema además

de ocasionar afectaciones a la salud causa baja autoestima, sobre todo en la población femenina del municipio, ya que las mujeres no se sienten atractivas ni seguras con su apariencia física, lo que conlleva a sentirse incómodas hasta el punto de no querer estar en público, dicho esto las mujeres de este municipio ameritan verse bien y sentirse orgullosas de su apariencia física, dejando a un lado el temor de ser estigmatizadas por la sociedad; esta misma situación no solo se presenta en dicho municipio sino también en todos los lugares que muestran esta misma altitud y clima a nivel Nacional.

En el Departamento de Nariño encontramos muchos Municipios con estas características. Por ende, la necesidad de contar con gran variedad de productos de limpieza facial, cremas hidratantes, cremas despigmentadoras entre otras, las cuales ayudarán a proteger, tratar y a prevenir los efectos de la contaminación y el frío.


En el Municipio de Cumbal Nariño, se comercializan algunos productos para el cuidado de la piel, tratamientos capilares, productos cosméticos y de aseo personal; los cuales se encuentran distribuidos en diferentes puntos de venta a lo largo del municipio, lo cual implica que los clientes deban desplazarse a diferentes lugares para adquirir dichos productos, por ende, el tiempo que se emplea para hacer las compras será superior al deseado además de requerir un esfuerzo físico mayor.

Por eso se pretende ofrecer un servicio integral con una oferta muy amplia de productos que estén ubicados en un solo lugar, que sean altamente visibles al público, contando con diferentes secciones para satisfacer las múltiples necesidades de los clientes, además se contará con servicio de asesoramiento personalizado, según la necesidad de cada cliente en un mismo establecimiento de comercio.


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	19 de 110

2.3 Análisis Pestal:


FACTOR	DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	TIPO DE AFECTACIÓN + / -	¿CÓMO AFECTA LA SITUACIÓN DE ESE FACTOR AL PROYECTO O NEGOCIO?
Político	Inestabilidad política de Colombia	Negativo	La inestabilidad que se presenta en el país, podrá afectar en cierta medida nuestro negocio ya que no existe una política sólida que asegure la proyección de nuestro negocio a futuro, con esto se hace referencia al tema de constitución legal de la empresa y los requisitos para la implementación de nuestro negocio, también el incremento de los costos operativos que se desprenden de la ley comercial.
	Conflicto armado interno	Negativo	El conflicto armado interno que se ha presentado en Colombia por muchas décadas ha golpeado gravemente al país, por esto se han implementado políticas públicas para tratar de enmendar en cierta medida los daños que ha causado este conflicto, situación que en cualquier momento podría afectarnos, ya sea por el desplazamiento forzado, atentados o enfrentamientos, ya que en el departamento de Nariño existe presencia de los grupos al margen de la ley que pueden tomar represalias contra los pueblos.
	Tratados de libre comercio	Negativo y Positivo	<p>Puede afectar negativamente nuestro negocio cuando se presente la importación masiva de otros países los productos que vamos a comercializar, y se puedan adquirir fácilmente o a un costo bajo.</p> <p>Puede ser positivo si se importara La materia prima que compone nuestro producto principal y es la base para su elaboración, se produce</p>

	<p>INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	20 de 110

			en China, Europa y América del Norte, esto implicaría una disminución de nuestros costos de inversión en la elaboración del producto sin disminuir su calidad antes por el contrario la concentración sería más elevada y efectiva para nuestros clientes.
Económico	Paro Nacional Costos de productos Bloqueo de vías	Negativo	Es negativo ya que no podríamos comercializar nuestros productos en vista de que la mayoría de ellos se fabrican en la zona centro y norte del país, de igual manera las importaciones se verían represadas y no llegarían a su destino final lo que causa un retraso en la producción de nuestro producto, afectando considerablemente nuestra economía como propietarias y afectando la economía de nuestro equipo de trabajo. Además, el costo de los productos tendría que aumentar para cubrir los gastos operativos y el precio elevado de los combustibles para su distribución, donde se van a ver reflejadas negativamente nuestras ventas.
	Entorno comercial prospero	Positivo	Los consumidores son más propensos en gastar dinero, como en artículos de belleza.
sociocultural	Tendencias a nivel de consumo, modas y costumbres.	Positivo	Colombia es un país muy consumista, donde los productos innovadores que ofrecen resultados ya sea a corto y largo plazo tienen una gran acogida en nuestro entorno, además hoy por hoy está de moda el autocuidado y el querer verse y sentirse bien.
	Plataformas digitales virtuales	Positivo	Gracias a estas podremos tener mayor comercialización ya que podremos mostrar con detalle cada uno de los productos que comercialicemos y puedan llegar a verse en cualquier lugar del país.


	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	21 de 110

Tecnológico	Programas de software	Positivo	Nos permite llevar un mejor control de los movimientos que realicemos en nuestro negocio, en menos tiempo y con estadísticas claras y fáciles de manipular.
	Canales de comercialización	Positivo	Contar con un comercio electrónico a través de las plataformas de internet, recibir pagos en datafono y hacer envío de facturas por medio de correo electrónico, contar con un lector de código de barras para evitar errores que se puedan presentar en el momento de hacer el cobro un producto.
	Canales de comunicación	Positivo	Con estos canales podemos estar en contacto con los clientes y con las necesidades que estos tengan, ya sea por llamada, mensaje o correos enviar asesoría previa para para la compra de nuestros productos.
Ambiental	Preferencia por productos que no afecten el medio ambiente	Positivo	Actualmente la población colombiana opta por adquirir productos que sean amigables con el medio ambiente, además de buscar un producto hecho a bases naturales, que no presenten químicos en su composición, lo cual nos favorece ya que nuestro objetivo es la comercialización de productos naturales.
	Disminución de los impactos sobre los ecosistemas	Positivo	Con la producción de productos naturales, no se verán afectados los recursos hídricos, protegen los recursos naturales especialmente el aire, se protege la vegetación, ensayos en animales y evitar al máximo los daños por la actividad industrial.
	Covid-19	Negativo	Por motivos de pandemia la economía del país de vio afectada ya que por esto muchas personas perdieron su trabajo sin tener los suficientes ingresos económicos, además de parar completamente la producción y ventas de diferentes productos.

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	22 de 110

	Cambio climático	Positivo y negativo	Las personas estamos más expuestas a daños en la piel debido a este problema ambiental, lo cual se va a lograr una mejor comercialización de productos para el cuidado según la necesidad que se presente y negativo debido que se verá afectada la elaboración de los productos ya que se caracterizan por que sus materias primas son de origen natural.
Legal	Cumplimiento de normatividad	Positivo	<p>Cumplir a cabalidad las leyes vigentes establecidas en nuestro e incluso las internacionales, todo con el fin de evitar contratiempos de índole comercial y penal que se puedan presentar a futuro. Cumplir con las normas de protección del medio ambiente, salubridad, derechos de autor.</p> <p>Evitar la competencia desleal y el monopolio, cumplir a cabalidad el derecho laboral y así evitar demandas laborales, lo cual implicaría gastos elevados. Respetar la seguridad social en la empresa para evitar accidentes laborales y de origen común.</p>


Fuente: Elaboración propia.

	<p>INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	23 de 110

2.4 Análisis DOFA:

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ser nuevos en el mercado • Poco capital para la inversión • Déficit en tecnología • Escasa experiencia en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento poblacional • Localización adecuada • Crecimiento del número de los consumidores • Con nuestra propuesta se crean vínculos entre pequeños productores y se ayuda al crecimiento de la economía local. • Se ofrecen productos para el cuidado de la piel a precios accesibles para aquellas personas que no pueden pagar por tratamientos costosos
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Amplio portafolio de productos • Excelente calidad del servicio • Personal idóneo • Se usan productos para el cuidado de la piel con ingredientes 100% naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos • Escasa estructura de capital • Preferencias y gustos de los clientes • Competitividad en el mercado • Al ser nuevos en la industria se puede experimentar una baja demanda inicial

Fuente: Elaboración propia.


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	24 de 110

2.5 Estimación de Demanda:

Tanto la piel como el cabello son parte fundamental a la hora de verse y sentirse bien. La piel es un órgano vital muy extenso que con sus múltiples funciones contribuye a asegurar el organismo humano, su vida y su salud, además protege del ambiente a todos los órganos y aparatos del cuerpo. Su importancia no radica sólo en su función protectora, sino en su trabajo fisiológico muy complejo. “la edad, el sexo, la raza y el clima son factores que modifican el aspecto y su constitución, y la hacen más o menos vulnerable frente a diferentes enfermedades. En la mayor parte de los países, la enfermedad de la piel es una de las afecciones más comunes en la atención primaria en salud. (Martínez Borrego, 1999)

Según una publicación del periódico el País, en un estudio realizado entre el 4 y 14 de junio de año 2019.

El 91% de los colombianos dice haber sufrido alguna enfermedad de la piel pese a lo cual un 36% nunca ha acudido al dermatólogo. En ciudades como Bogotá, Bucaramanga, Barranquilla, Cartagena, Medellín y Cali indica que la caspa (51%), el acné (39%), las cicatrices (38%), las quemaduras del sol (35%), los brotes y alergias (31%) y caída del cabello (29%) son las principales afecciones de la piel” y que “ante una enfermedad de la piel, el 53% se auto médica” se dice que este porcentaje de población busca solución sin ayuda de un profesional especializado en el tema, y de ese 53% que no consulta a los médicos para el tratamiento de las enfermedades de la piel, el 13% acude al farmaceuta, el 12% se auto-medica, y el 17% no acude a nadie. (“El 91% de los colombianos ha sufrido enfermedades de piel”, 2019)

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	25 de 110


Por otro lado, según la Fuente de Ministerio de Salud y Protección Social, Repositorio Nacional Digital SISPRO, 2016. La Morbilidad específica en las enfermedades no transmisibles, 2009 – 2014. En el departamento de Nariño está dada de la siguiente manera:

Enfermedades de la piel	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Adolescencia (12 -18 años)	11.5%	1.6%	5.8%	9.8%	12.6%	6.6%
Juventud (14 - 26 años)	6.3%	12.9%	9.2%	9.4%	8.8%	8.7%
Adultez (27 - 59 años)	6.0%	7.8%	7.4%	5.3%	5.7%	5.5%
Persona mayor (> 60 años)	4.3%	3.9%	4.5%	4.6%	2.3%	2.6%

Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social, Repositorio Nacional Digital SISPRO, 2016 (SOCIALES, 2016)

El municipio de Cumbal cuenta con un” total de población de 37.635 habitantes” se estima que el 91 % que son 34,24785 habitantes, sufrió alguna vez una enfermedad de la piel, también se estima que se presentan afecciones de la piel en un (51%), acné (39%), las cicatrices (38%), las quemaduras del sol (35%), los brotes y alergias (31%) y caída del cabello (29%) los cuales serían la demanda.

2.6 Tamaño de Mercado:

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	26 de 110

Se estima que el 91% de los Cumbaleños que son 34,247.85 habitantes, sufrieron alguna vez una enfermedad de la piel, de los cuales sufrieron quemaduras del sol un (35%) que corresponde a 11,986.7 habitantes, brotes y alergias (31%) que corresponde a 10,616.8 habitantes y caída del cabello (29%) que corresponde a 9,931.8 hab. por lo que el 100% de tamaño del mercado total seria de 32,535.3 hab. Se espera que en cinco años se tenga acogida por el 50% del tamaño del mercado total.

2.7 Estructura del Mercado:

Actualmente en el municipio de Cumbal el comercio referente a productos de cuidado personal, la estructura del mercado se define por competencia como de Oligopolio, “se denomina oligopolio a aquella estructura de mercado en la que existe un número reducido de productores (empresas) frente a una cantidad innumerable de compradores” (Agostini, 2011) es decir, los productos para el cuidado de piel y cabello está dado por el servicio de algunas farmacias, pequeños tiendas donde se ofertan productos de belleza, además se encuentra la oferta de productos por catálogos. Tanto las farmacias como las tiendas se abastecen de productos nacionales lo cuales provienen de ciudades como Medellín, Cali, Bogotá, Pasto, según indican los propietarios de estos locales.

Es importante resaltar que los sectores de actividad económica establecen una clasificación de la economía en función del tipo de proceso productivo que lo caracteriza, por lo que esta empresa pertenece al sector terciario o de servicios, este sector está constituido por todas las actividades económicas cuyo propósito es la producción de los servicios que demanda la población por lo tanto es un sector de actividades económicas productivas pero que no producen. El sector terciario es importante debido a

que constituye una gran fuente de empleo en la sociedad, lo cual beneficia en gran medida la economía de un país, además permite organizar, dirigir y controlar aquellas actividades que se efectúan en la vida diaria de la población. (Grudemi, 2018)

3. Plan de Mercado


3.1 Modelo de Negocios: validación del modelo de negocio inicial

Categoría	Hipótesis	Preguntas y observaciones	Hallazgos	Validación de la hipótesis. ¿Por qué? invalidación de la
Segmento	<p>1. Población del municipio de Cumbal, sin distinción de edades que sufren de patologías o quieren mejorar la apariencia de su piel o cuero cabelludo, mujeres que les gusta y quieren cuidar de su belleza, personas de estratos bajos, medios adquirir el producto para cuidar su apariencia personal.</p> <p>2. En las regiones con ubicación geográfica, donde por tal motivo se cuenta con temperaturas bajas y además estas regiones tengan una economía basada principalmente en la agricultura, ganadería lechera y comercio. Las personas están constantemente expuestas a largas jornadas de exposición a los rayos de sol, y al frío extremo, por ende, su piel y cuero cabelludo están sometidos a daños permanentes. El frío y los rayos UV son las principales causas de ocasionar deshidratación, laceraciones y quemaduras en la piel, lo cual afecta la salud física y su autoestima.</p> <p>3. Las personas desean cuidar la piel de estos factores climáticos, prevenir enfermedades, verse y sentirse bien al mejorar su apariencia física.</p> <p>4. Las personas por sus labores diarias desean conseguir soluciones rápidas, de fácil acceso y que no requiera trasladarse de un lugar a otro adquirir los productos.</p>	<p>1. ¿Rango de edades en las que se encuentran las personas encuestadas?</p> <p>2. ¿Cuál es su ocupación?</p> <p>3. ¿Qué factores cree que son dañinos para la piel y el cuero cabelludo?</p> <p>4. ¿Cree que debe haber más tiendas donde se oferten productos relacionados con el cuidado personal?</p>	<p>1. Rango de edades en las que se encuentran las personas encuestadas de 18 a 45 y de 45 a 65.</p> <p>2. Entre la ocupación de los encuestados se encuentran, agricultores, ganaderos, amas de casa, estudiantes, trabajadores de salud, docentes, albañiles.</p> <p>3. Entre los factores que creen las personas que son dañinos para la piel y cuero cabelludo se encuentran: la luz directa del sol, el frío intenso, el agua que no es potable en el municipio de Cumbal.</p> <p>4. Según las respuestas de las personas encuestadas respecto a la pregunta: cree que debe haber más tiendas donde se oferten productos relacionados con el cuidado personal, la respuesta que se obtuvo con mayor frecuencia fue que si deberían existir más lugares ya que así podrían encontrar los productos con mayor facilidad y que satisfagan sus necesidades.</p>	<p>Se validan las cuatro hipótesis sobre el segmento del mercado, ya que encontramos que las personas jóvenes buscan productos para evitar y prevenir enfermedades en la piel y el cuero cabelludo y las personas mayores buscan los productos por la necesidad de curar y sanar los problemas que ya presentan, también encontramos entre los posibles clientes, ocupaciones en las cuales ellos permanecen en constante exposición al frío, al sol, al viento y rayos ultra violeta, siendo estos dañinos para la piel a corto y largo plazo, estando conscientes que estos factores intervienen mucho en la salud de nuestra piel por ende la necesidad de encontrar para ellos un establecimiento en donde les brinden información segura sobre qué productos son correctos para cada situación y necesidad que presenten.</p>

<p>Problema /necesidad</p>	<p>1. P iel seca y maltratada que los hace ver mayores, los hace sentir feos y disminuye su autoestima.</p> <p>2. B aja oferta de productos para el cuidado personal, el tratamiento de la piel, falta asesoría para la correcta y oportuna aplicación de tratamientos; no hay un lugar donde vendan los productos y se brinde un servicio integral que se encuentren todos los productos para el tratamiento dermatológico, capilar, farmacéutico y de cosmetología.</p>	<p>1. ¿Cómo se siente emocionalmente cuando tiene problemas en la piel o cuero cabelludo?</p> <p>2. ¿Encuentra con facilidad la venta de productos de su preferencia para el cuidado de la piel, cuero cabelludo o productos de belleza en el lugar en donde habita?</p>	<p>1. Entre las respuestas de los encuestados las personas dicen sentirse deprimidos, tristes, feos y con la piel apagada y el cabello reseco y sin brillo.</p> <p>2. En el análisis de las respuestas obtenidas se evidencio que las personas encuestadas no encuentran con facilidad productos para su necesidad, por esta razón deben desplazarse a otros lugares e incluso por falta de tiempo prefieren no obtener los productos.</p>	<p>Se validan las dos hipótesis ya que se evidencia que un mal aspecto en la piel o el cuero cabelludo genera un estado emocional bajo al no verse como se desea y encontrar una alta oferta de productos en solo establecimiento que me ayuden a mejorar mi aspecto físico y a la vez emocional es algo que muchas personas están buscando</p>
<p>Soluciones actuales</p>	<p>1. Comprando y aplicando productos que se encuentren en el mercado, sin asesoría previa, los cuales tienen impacto negativo en la salud de la piel de las personas, presentando complicaciones a largo plazo ya que no son los indicados para este tipo de problemas. Además de tener que trasladarse a ciudades cercanas con el fin de satisfacer sus necesidades ocasionando gastos adicionales.</p>	<p>1. ¿Cree usted que es importante una asesoría previa a la compra de productos de cuidado de la piel, cuero cabelludo o productos de belleza?</p>	<p>1. Las personas encuestadas contestaron que si es importante ya que es indispensable saber que productos son específicos para cada tipo de piel ya que no todas las pieles son iguales, también expresan que es necesario saber el manejo del producto como es el tiempo de uso, modo de uso y frecuencia de uso, así como también si se presenta algún evento adverso saber cuál es el proceso que se debe seguir.</p>	<p>Se validan la hipótesis debido a que se logra identificar que la asesoría profesional e integral que se ofrece a los clientes es primordial en la comercialización de los productos ya que este es un plus que brinda mayor confianza a los usuarios y tranquilidad con el uso adecuado de los productos ofrecidos de manera personalizada, asegurando un mejoramiento continuo de la salud.</p>

Propuesta de valor	<p>1. Las personas merecen sentirse, aliviadas, protegidas, seguras, bonitas, importantes, descompiladas, para ello se ofrece un servicio profesional integral para el cuidado y el tratamiento de la piel, el cabello y el cuidado personal a través de la asesoría y comercialización de los mejores productos 100% originales y seguros en un solo sitio.</p>	<p>1. ¿Qué tanto influye en su elección de comprar o no un producto, que quien le ofrezca el producto le brinde el conocimiento y la información clara y suficiente sobre el mismo?</p> <p>2. ¿Es la apariencia del lugar importante para usted? ¿Por qué?</p>	<p>1. El conocimiento que tenga la persona en el momento de vender un producto influye mucho, ya que de esto depende si los clientes compran o no, al ver que el vendedor les brinda toda información con seguridad, ellos también se sienten seguros de adquirir el producto, brindándoles así la confianza para que ellos aclaren sus dudas que tengas y logrando así un gran beneficio tanto para el comprador como para el vendedor.</p> <p>2. En las respuestas que se obtuvieron en la entrevista realizada encontramos que para las personas es muy importante la apariencia del lugar, ya que esto les brinda comodidad, tranquilidad y se puede evidenciar la calidad de los productos y la calidad de la atención.</p>	<p>Se valida la hipótesis ya que al tener personal calificado que brinde una información precisa, adecuada y oportuna en el establecimiento en el momento de vender un producto es fundamental ya que con esto logramos que los clientes puedan aclarar sus dudas y no tengan ningún prejuicio a la hora de utilizar algún producto, así logramos instaurar un ambiente de confianza y tener la satisfacción de enseñar a nuestros clientes con el fin de que se sientan cómodos y mejoren su salud.</p>
Canales	<p>1. Venta: personalizada, repartición de volantes en las diferentes veredas, cuñas radiales, propagandas en el punto de venta, ventas por catálogo virtual y ventas en línea. Pago: Efectivo-consignación y giros. Entrega o distribución: punto de venta, domicilios y envíos a nivel regional.</p>	<p>1. ¿Cuál es la forma de pago más cómoda para usted?</p>	<p>1. La forma de pago que se acomoda a la mayoría de las personas es en efectivo o consignación</p>	<p>Se valida la hipótesis debido a que en la actualidad muchas personas por la facilidad y los avances en la tecnología cuentan con los diferentes tipos de pago, por ende, el establecimiento brinda el servicio que el cliente desee.</p>

Fuente: Elaboración propia.


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	31 de 110

Modelo de negocio convencional:

SOCIOS CLAVE ✓ Bancos ✓ Proveedores como: EUCERIN, INFINITEK, ATENEA, NATURA, M-A-C, NEUTROGENA, OGX, LA ROCHE, L'Oréal, CeraVe, Avène ✓ Alianzas con EPS ✓ Proveedores de servicios de logística (envío y entrega) ✓ Proveedores de Sistemas informáticos, plataformas digitales de comercialización y distribución de productos, aplicaciones móviles. ✓ Proveedores de Servicios	ACTIVIDADES CLAVES Proceso de abastecimiento. Selección, capacitación y gestión del talento humano. Control de inventarios Gestión de las citas Control de la información de los tratamientos El proceso de marketing y ventas Control de calidad y la calidez del servicio y del tratamiento Seguimiento al cliente. Medición de la satisfacción del cliente.	PROPUESTA DE VALOR Enfrentar los problemas de salud de la piel debido a la exposición al frío intenso y los peligrosos de los rayos UV o cualquier otro factor que afecte la piel, el cabello y la apariencia física, es algo importante para las personas quieren cuidarse fácil, rápido y seguro. Por eso queremos que sientan aliviadas, protegidas, seguras, bonitas, importantes, descompiladas, y para ello ofrecemos un servicio profesional integral para el cuidado y el tratamiento de la piel, el cabello y el cuidado personal a través de la asesoría y comercialización de los mejores productos 100% originales y	RELACION CON EL CLIENTE vínculo basado en la confianza y la libertad para expresar y comunicar lo que quiere y como se quiere sentir Tranquilidad y seguridad de la calidad de los productos y el servicio acompañamiento y seguimiento en los tratamientos que permiten sentir que no están solos Disponibilidad y oportunidad de la atención CANALES Publicidad: tendremos nuestro perfil en las diferentes redes sociales como es Facebook,	SEGMENTO DE CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> • Población del municipio de Cumbal, sin distinción de edades que sufren de patologías o quieran mejorar la apariencia de su piel o cuero cabelludo, mujeres que les gusta y quieran cuidar de su belleza, personas de estratos bajos, medios y altos, que deseen adquirir el producto para cuidar su apariencia personal. • En las regiones con ubicación geográfica, donde por tal motivo se cuenta con temperaturas bajas y además estas regiones tengan una economía basada principalmente en la agricultura, ganadería lechera y comercio. Las personas están constantemente expuestas a largas jornadas de exposición a los rayos de sol, y al frío extremo, por ende, su piel y cuero cabelludo están sometidos a daños permanentes. El frío y los rayos UV son las principales causas de ocasionar deshidratación, laceraciones y quemaduras en la piel, lo cual afecta la salud física y su autoestima. • Las personas desean cuidar la piel de estos factores climáticos, prevenir enfermedades, verse y sentirse bien al mejorar su apariencia física. • Las personas por sus labores diarias desean conseguir soluciones rápidas, de fácil acceso Y que no requiera trasladarse de un lugar a otro adquirir los productos.
---	--	---	--	---

<p>generales</p> <p>✓ Empresa de servicios seguridad privada</p>	<p>Equipos: Analizador cutáneo nivel de hidratación cutánea Soft FX, microscopio, reactivo colorante azul de lactofenol, reactivo hidróxido de potasio, computadores, datafono.</p> <p>Infraestructura, consultorio médico dermatológico, cuarto de microscopía, servicios públicos, estantería, mueblería.</p> <p>Otros: caja, papelería. Guantes desechables, laminas porta objetos, cubre objetos, gotero, lancetas, cinta transparente, bata, monogafas, marcador.</p>	<p>seguros en un solo sitio.</p>	<p>Instagram, Whatsapp</p> <p>Venta: personalizada, repartición de volantes en las diferentes veredas, cuñas radiales, propagandas en el punto de venta, ventas por catálogo virtual y ventas en línea.</p> <p>Pago: Efectivo-consignación y giros.</p> <p>Entrega o distribución: punto de venta, domicilios y envíos a nivel regional.</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Adquisición de los productos (materia prima, profesional calificado y adecuación de las instalaciones)</p> <p>Empaques llamativos y ecológicos</p> <p>Costos de mercadeo y ventas (logística de almacenamiento y entrega)</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <p>Venta directa del producto</p> <p>Servicio de ayudas diagnosticas</p> <p>Envíos regionales</p> <p>Convenios con IPS-EPS.</p> <p>Convenios con centros dermatológicos</p>		

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	33 de 110

3.2 Análisis de Segmentos de Mercado:

En nuestros posibles clientes encontramos los siguientes tipos de segmentación destacados por sus necesidades físicas, estéticas, emocionales, por su preocupación por el autocuidado y por su mayor efectividad en las comunicaciones por parte de las empresas del sector belleza y cosmética son:

Por tipo de cliente: actuales, potenciales, es decir los nuevos suscriptores son clientes potenciales a los que les interesará saber un poco más de nuestro negocio, lo que hacemos o nuestras promociones para tener la oportunidad de probar nuestros servicios y los diferentes productos que comercialicemos.

Por factores socio-demográficos: hombres, mujeres en un rango de edad de 14 a 45 años los cuales buscan a través de nuestros productos prevenir los diferentes tipos de padecimientos que se presenten ya sea en su piel o cuero cabelludo, el segundo grupo de edad comprende un rango de 47 años en adelante los cuales buscan nuestros productos con el objetivo de curar las enfermedades o inconvenientes que ya estén presentado, ya que este grupo de clientes comparten las condiciones climáticas las cuales son frío intenso, humedad, y exposición a rayos del sol, las cuales generan daños excesivos en la piel, cabello o cuero cabelludo.

Por estilos de vida: entre nuestros posibles clientes también encontramos ocupaciones en las cuales ellos permanecen en constante exposición al frío, al sol, al viento y rayos ultra violeta, siendo estos dañinos para la piel a corto y largo plazo, estando conscientes que estos factores intervienen mucho en la salud de nuestra piel por ende la necesidad de



Universidad[®]
Católica
de Manizales

1952


INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO

Código: PRS-F-63

Versión: 2

Página: 34 de 110

encontrar para ellos un establecimiento en donde les brinden información segura sobre qué productos son correctos para cada situación y necesidad que presenten.

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	35 de 110


3.3 Análisis de la Competencia: (5 FUERZAS DE PORTER)

Fuerza de la competencia

a. Identificación de la competencia:

Nombre	Datos generales	Productos o servicios	Precios	Propuesta de valor	Ventajas	Desventajas	Canales	Estrategia de venta	Otros
DROGUERIA LUZ CLARITA	Dirección N: CLL 17 N8-16 Barrio El Centro, Cumbal, Nariño.	Oferta productos farmacéuticos, medicamentos de venta libre y además ofrece productos de higiene personal y cuidado de piel y cabello, como, por ejemplo: cremas para el cuidado de cutis y cuero cabelludo.	Maneja en general nacional, accesible a los consumidores.	Proporciona a los clientes una variedad de productos dirigidos principalmente al público femenino de diferentes edades. Manejan productos que son conocidos a nivel nacional por la mayoría de la población y por ende dar seguridad y confianza al obtener esos productos.	Es un establecimiento pionero en la oferta de este tipo de productos, por ende, tienen mayor lealtad de los consumidores, ya que son reconocidos.	No ofertan productos de origen natural, no dan atención personalizada, no dan asesoría a los clientes. No innovan en la variedad de sus productos. No usan redes sociales para su publicidad.	Atención directa presencial cliente, en el punto de venta.	Tienen varias personas que están listos para brindar atención inmediata lo que hace que el tiempo de espere para las compras sea menor.	


<p>TIENDA DE PRODUCTO DE BELLEZA POR CATALOGOS ESIKA, AVON, NATURALA.</p>	<p>Dirección N: CLL 18 N8-164 Barrio El Centro, Cumbal, Nariño</p> <p>Cra 10 N° 8-10 Barrio Bolívar, Cumbal, Nariño.</p>	<p>Ofertan productos de maquillaje y para el cuidado de cabello, rostro y cuerpo dirigido especialmente al público femenino.</p>	<p>Manejan precios económicos, accesibles a los consumidores.</p>	<p>Mejorar la apariencia física de las personas y hacerlas sentir modernas y hermosas.</p>	<p>Catálogos virtuales y físicos de los productos nuevos, facilidad de visualización de los productos.</p> <p>La infraestructura cómoda la cual es llamativa al público.</p> <p>Ubicación del punto de venta es central y atrae a gran público.</p>	<p>No cuentan con asesoría personalizada.</p> <p>Al ser tan conocidos los productos por gran parte del público hace que algunas personas no las quieran usar.</p>	<p>Redes sociales como Instagram, whatshap, Facebook.</p> <p>Atención directa en los puntos de venta.</p>	<p>Comparten los catálogos constantemente en sus redes sociales, destacando las promociones.</p> <p>Facilitan el medio de pago a cuotas.</p>	
<p>DROGUERIA IDEMA</p>	<p>Dirección N: CLL 17 N8-16 Barrio El Centro, Cumbal, Nariño.</p>	<p>Oferta productos farmacéuticos, medicamentos de venta libre y además</p>	<p>Maneja en general nacional accesibles a los consumidores.</p>	<p>Proporciona a los clientes una variedad de productos dirigidos principalmente al público femenino de</p>	<p>Punto de venta con ubicación central, donde transita gran parte del público.</p>	<p>No ofertan productos de origen natural, no dan atención personalizada, no dan asesoría a</p>	<p>Atención directa presencial cliente, en el punto de venta.</p>	<p>Brinda atención inmediata a lo que hace que el tiempo de</p>	

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	37 de 110

b.

		ofrece productos de higiene personal y cuidado de piel y cabello, como variedad de cremas, shampoo, cremas para peinar.		diferentes edades. Manejan productos que son conocidos a nivel nacional por la mayoría de la población y por ende dar seguridad y confianza al obtener esos productos.		los clientes. No usan redes sociales para su publicidad.		espere para las compras sea menor.	
--	--	---	--	--	--	--	--	------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

 Universidad Católica de Manizales <small>INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN</small>	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	38 de 110

c. Análisis y conclusiones

- Fuerza de posibles nuevos competidores:** es posible observar que la amenaza de nuevos entrantes es media, ya que se evidencia que no hay altas barreras para los posibles entrantes. En el municipio de Cumbal al ser pequeño y en proceso de crecimiento, no hay restricciones que impidan la entrada de nuevos competidores con facilidad, pues no se requieren grandes cantidades de capital ni licencias o seguros para trabajar en este sector. Por tal razón se presenta una amenaza significativa de nuevos competidores sin embargo, al ser el modelo de negocio difícil de imitar por su profesionalismo nos permite posicionarnos e imponer barreras de entrada al nicho de mercado y para evitar la aparición de nuevos competidores se pondrá en práctica el conocimientos especializados en todos nuestros productos, tanto en su origen como en todos los beneficios que nos aportaría su uso, se creara vínculo con el cliente, construyendo así fidelización de clientes, mediante una buena atención al cliente, trato cordial, un buen servicio postventa, descuentos, alta calidad, precios acordes a la necesidad y alcance de cada bolsillo.
- Fuerza de negociación de los clientes:** El poder de los clientes será alto puesto que nuestros servicios se basarán en la calidad, no solo en los productos sino en la atención prestada, ya que es un servicio personalizado principalmente para el rostro y cuero cabelludo. El rostro que es una de las partes más importantes y delicadas del cuerpo para estas puesto que la expresión facial es lo primero que

se observa al relacionarse con otros y muchas veces es determinante de la seguridad y la autoestima que sienten las personas. por esta razón, es bastante probable que los clientes prefieran no acudir a lugares los cuales no dan seguridad. Por otra parte, es importante mencionar que se va a prestar un servicio con productos de excelente calidad. Ahora bien, el nicho de mercado se enfoca en los estratos medio y alto lo cual tiene como consecuencia que el consumidor final no sea sensible al precio, ya que tienen unos mayores ingresos y destinan una parte significativa de estos a su cuidado personal, sabiendo que es un servicio de calidad que no ofrecen otras empresas.

- **Fuerza de productos sustitutos:** En el sector de productos de cuidado personal y belleza es muy amplio y diverso, por ende subsectores como las droguerías y puntos de oferta de productos de belleza presentan en el mercado algunas alternativas sustitutivas que pueden suponer amenaza competitiva, es posible observar que la amenaza de productos sustitutos es media, ya que al público al que va dirigido el servicio incurre en altos costos, es decir pueden acceder al cambio al permitir que lo asesoren personas no expertas en el tema. Pero por otro lado están los clientes quienes consideran que la salud de la piel y cuero cabelludo es de alta importancia y la seriedad que esta necesita para ser tratada, por esta razón ***Dermasalud, Cuidamos De Ti*** crea un vínculo con asesores que brinda atención personalizada y profesional. Sin embargo, los establecimientos como droguerías o establecimientos de venta de productos de belleza pueden ofrecer el

servicio de productos para el cuidado de la piel y cuero cabelludo, el cual es un sustituto de menor calidad en la mayoría de los casos, puesto que son pocas las droguerías y puntos de venta de productos de belleza que cuentan con profesionales expertos en el tema. Con relación a lo anterior, las droguerías o puntos de venta de belleza pueda que ofrezcan un servicio con un mejor precio, esto puede darse a que no tiene profesionales expertos y por ende cobran un precio más bajo, puesto que, no cuentan con buen desempeño en productos y conocimiento. Por ello “***Dermasalud, Cuidamos De Ti***” está preparado para quedarse en el mercado como los mejores brindando un servicio integral y con excelente calidad.

- **Fuerza de negociación de proveedores:** En este tipo de negocio existe gran variedad de proveedores ya que se necesita contar con productos de calidad para cuidado de piel, cuero cabelludo y belleza, también se necesita contar con equipos de alta tecnología. Por lo anteriormente nombrado, es necesario buscar proveedores que ofrezcan productos de alta calidad con buenos precios y que permita ofrecer a los clientes productos que permitan marcar diferencia frente a la competencia. Por ende, debemos disponer de un gran número de contacto con los proveedores puesto que dependemos de ellos, por ello Se buscan aquellos que ofrezcan una mayor calidad a un precio razonable, para ello se sondearán los diferentes proveedores teniendo en cuenta el plazo de entrega, las formas de pago, etc. En cuanto al personal que se necesita el cual será clave para el éxito,


se requiere de personas que tengan la experiencia y conocimiento del sector, pero sobre todo que cuente con los certificados que garanticen su idoneidad en la profesión. El poder de negociación de los proveedores en este sector es alto.

- **Rivalidad entre los competidores:** De acuerdo con el análisis presentado a continuación es posible observar que la rivalidad en el sector es media, puesto que, a pesar de existir un número significativo de sustitutos, estos no cuentan con un el mismo servicio, potencia y calidad. Ya que, la mayoría de droguerías y puntos de venta de productos de belleza existentes son pequeños y cuentan con tan solo una oferta básica de productos comunes, a este tipo de empresas se las considera en si distribuidoras de productos sustitutos a los nuestros y no las consideramos competencia directa de la empresa, ya que, como se ha observado, no ofrecen la misma variedad de productos, ni el mismo servicio de asesoramiento profesional. Siendo así los principales sustitutos los puntos de venta de productos más grandes que se encuentran posicionadas en el mercado y que cuentan dentro de sus servicios productos para el cuidado de piel, cuero cabelludo y belleza. Tradicionalmente en este sector el cliente es quien busca el servicio, por ello nuestra propuesta de valor debe generar al cliente una alta preferencia por utilizar nuestro servicio y una alta frecuencia de uso por medio del relacionamiento con el cliente a través de los tips, recomendaciones y obsequios entregados a este para fortalecer el vínculo, se hará seguimiento en los casos que lo ameriten. Adicionalmente se buscará clientes a través de redes sociales y blogs de

tendencias en productos nuevos, novedosos y excelente calidad, cabe resaltar que nuestra clave en la búsqueda y relacionamiento con los clientes son nuestros asesores profesionales expertos. Por otra parte, en este sector hay constante flujo de clientes, con un crecimiento constante, ya que principalmente el público joven colombiano busca verse siempre bien lo cual se observa en la demanda creciente de productos asociados al cuidado personal y belleza y de esta forma la entrada de nuevos productores de estos productos y servicios de belleza al mercado actual.

3.4 Estrategia de Mercados:

Propuesta de Valor:” *Enfrentar los problemas de salud de la piel debido a la exposición al frío intenso y los peligrosos de los rayos UV o cualquier otro factor que afecte la piel, el cabello y la apariencia física, es algo importante para las personas que quieren cuidarse fácil, rápido y seguro. Por eso queremos ayudar a las personas para que se sientan aliviadas, protegidas, seguras, bonitas, importantes, descompiladas, y para ello ofrecemos un servicio profesional integral para el cuidado y el tratamiento de la piel, el cabello y el cuidado personal a través de la asesoría y comercialización de los mejores productos 100% originales y seguros en un solo sitio*”. Gracias a la calidad de los productos y el servicio ofrecido por asesores y profesionales se logrará garantizar la satisfacción por parte del cliente, ya que contarán con un asesoramiento personalizado. Los asesores poseen el conocimiento de las propiedades de los productos, quienes orientarán recomendándoles los productos acordes a sus necesidades y dando a conocer

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	43 de 110

los beneficios que estos generan, además al contar con profesionales en dermatología y apoyo diagnóstico se brinda un servicio especializado que solucionan problemas que aquejan tanto la salud física como emocional de los clientes. Gracias al modelo de venta que se pretende desarrollar, el cual consiste en comercializar los productos por venta directa, a través de asesoras independientes, se crea una experiencia única para cada cliente, basado en alta calidad, confiabilidad, facilidad de encontrar diversidad de productos, diferentes precios de los servicios, como de productos, facilidades de pago, y tiempo del servicio (puntualidad y duración del servicio). De esta manera se contribuirá a que la empresa construya una relación estrecha con los clientes y finalmente con garantía en el servicio y de la misma manera de los productos y servicios ofertados.

3.4.1 Estrategia de Distribución

3.4.2 Estrategia de Precio

3.4.3 Estrategia de Promoción.

3.4.4 Estrategia de Servicio

Factor	Objetivo general de marketing: Alcanzar una cuota del mercado del 10% en el primer año de operación permitiendo un posicionamiento o estratégico en el negocio del cuidado de la piel el cabello y la imagen en el municipio de Cumbal	ESTRATEGIA			FRECUCENCIA	PRESUPUESTO	
		QUÉ VOY A HACER	CÓMO VOY HACER	LO A		POR QUÉ LO HARÉ ASÍ	REQUERIMIENTOS (Talento humano, equipos, insumos materiales o servicios)
Promoción	Objetivo: Lograr un posicionamiento del 10% del mercado en relación a la marca de la empresa	Propaganda en Cuña radial.	Publicidad semanal: los días viernes, sábado y domingo, 3 veces en el día promocionando productos y servicios En emisora Auténtica estéreo.	Porque es un canal que escucha mucho el segmento de mercado inicial, porque es económico, porque tiene un alcance amplio frente a la población Cumbaleña y	3 pausas publicitarias por un día. 9 pausas publicitarias a una semana. 36 pausas publicitarias en un mes. 432 pausas publicitarias en un año.	Diseño de cuña Plan de publicidad en emisora (contrato con la emisora anual)	Total: \$1.440.000


				municipios cercanos.			
		Volanteo a público en general	Repartir 5000 volantes que corresponde al 12% de la población	Porque es una estrategia más directa, que me da seguridad que las personas conozcan de la empresa.	Primer mes de lanzamiento, días viernes, sábado y domingo.	Diseño del volante Impresión de volantes Mano de obra para repartirlos Celular con datos	Total: \$ 500.000
		Redes sociales virtuales.	Crear página de la empresa en Facebook, Instagram. Se diseñara anuncios Donde se comparta propiedades de los productos y beneficios servicios que se ofertan, con descripción de horario de atención.	Porque es un canal que utiliza el segmento de mercado inicial, porque es económico, porque tiene un alcance amplio frente a la población de interés.	Diariamente por un año.	Diseño de anuncios publicitarios, internet.	Total: \$ 500.000

<p>Precios</p>	<p>Objetivo: Lograr mantener precios competitivos en el 80 % de los productos y servicios que se oferten para el primer año.</p>	<p>Comprar productos al por mayor y a precios especiales, lograr contratos con ofertas especiales</p>	<p>Se contactará a los proveedores de los productos y se llegará a acuerdos, mediante contratos establecidos donde se logrará el mínimo precio posible de cada producto.</p>	<p>Porque es de grandes beneficios ya que con esto se busca la reducción de costos de los productos, para luego venderlo a un mejor precio y generar ingresos.</p>	<p>Cada inicio de año mes de enero.</p>	<p>Proveedores, representante legal, gerente general.</p>	<p>Total: \$ 1.000.000</p>
<p>Venta</p>	<p>Objetivo: Mantener el 70% del total de las ventas al año tanto de productos como de servicios en el primer año.</p>	<p>Posicionar en el mercado productos de alta calidad, atractivos, fabricados rigurosamente con las formulaciones óptimas y los atributos que tienen mayor aceptación por parte de los clientes. En cuanto a los servicios responder de forma</p>	<p>Se hace un estudio con la ayuda de un profesional como dermatólogo sobre los mejores productos para la piel y cuero cabelludo con mejores resultados.</p>	<p>Porque es el personal idóneo que reconoce las propiedades de cada producto.</p>	<p>Cada inicio de año mes de enero.</p>	<p>Dermatólogo, gerente general.</p>	<p>Total: \$ 5.000.000</p>

		eficiente ante las necesidades de los clientes.					
Plaza - Distribución	Objetivo: Aumentar las visitas a la empresa en un 80% en un año.	Se hará demostraciones de productos y repartir volantes.	Los asesores y vendedores se darán a conocer los productos a través de demostraciones de los productos, indicando los beneficios y efectos esperados, además se dará pequeñas muestras gratuitas (sampling).	Porque se incrementará las ventas ya que la persona es al recibir la muestra gratuita es más proclive a comprar un producto que ha probado que uno que no.	Durante 6 meses de enero-junio.	Gerente general, asesores, vendedores. Muestras de productos en presentación pequeña (sampling)	Total: \$ 7.000.000
Producto, prestación del servicio	Objetivo: Responder el 80% de inquietudes, agendar citas, quejas o sugerencias de los clientes en un año.	Utilizar servicios de chat, llamadas y mensajería, permitiendo al cliente resolver preguntas más completas con una persona real.	Se dispondrá de tres líneas de chat y telefonía y estos contactos se les entregarán a todos los clientes y se los publicará por nuestras páginas web.	Porque hay facilidad de comunicación ya que no tiene que desplazarse hasta la empresa para sus inquietudes, etc...	Atención todos los días en horario de 8am-12pm y 2pm-6pm durante un año.	Asesores, vendedores, internet, celulares, teléfono.	Total: \$ 300.000


<p>Posventa</p>	<p>Objetivo: Seguimiento Hacer un seguimiento al 80% del total de los clientes en un año.</p>	<p>Se realizará seguimiento a los clientes después de que estos hayan tomado el servicio o adquirido los productos.</p>	<p>Con los datos telefónicos se tendrá comunicación con los clientes mediante llamada telefónica o chat de Whatsapp.</p>	<p>Esto nos permite mantener el contacto con el cliente y de esta forma, podremos informarle promociones y recomendarle nuevos productos o desarrollar ciertas estrategias para que vuelva.</p>	<p>Cada 5 días después de la post venta o post servicio.</p>	<p>Vendedores. Internet, celulares.</p>	<p>Total: \$ 800.000</p>
------------------------	---	---	--	---	--	---	--------------------------

Fuente: Elaboración propia.

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	49 de 110


3.5 Proyección de Ventas:

Proyección de Precios / Precio Venta Unitario				
Producto	Mensual	2021	2022	2023
Gel-Crema Oil Control Toque Seco FPS 50+ es un protector	\$ 108.500	\$325.500	\$886.174	\$1.153.798
Serum de doble acción con Thiamidol y Ácido Hialurónico.	\$50.000	\$150.000	\$408.375	\$ 531.704
Eucerin Hyaluron Filler Contorno Ojos	\$160.685	\$482.055	\$1.312.395	\$1.708.738
Eucerin Ph5 Oleogel de ducha	\$15.000	\$45.000	\$122.513	\$ 159.511
Crema De Noche Anti Edad Eucerin Hyaluron Filler Serum Efecto Peeling	\$236.123	\$708.369	\$1.928.535	\$2.510.952
Spray Facial Eucerin Hyaluron Mist	\$55.129	\$165.387	\$450.266	\$586.246
Loción Facial Eucerin Hyaluron Filler Hydrating Booster	\$113.025	\$339.075	\$923.132	\$1.201.917
Crema De Día Anti Edad Eucerin Hyaluron Filler Volume Lift Piel Normal	\$189.317	\$567.951	\$1.546.247	\$2.013.213
Eucerin Dermocapillaire Tratamiento Anticaida	\$95.882	\$287.646	\$783.116	\$1.019.617
Combo Eucerin Piel Grasa Dermopure Oil Control Gel + Fluido	\$214.631	\$643.893	\$1.752.999	\$2.282.404
Crema Exfoliante Eucerin Dermopure Oil	\$109.078	\$327.234	\$890.895	\$1.159.945
Protector Solar Eucerin Fps 50+ Fluido Facial Matificante	\$86.009	\$258.027	\$ 702.479	\$914.627
Crema Facial Antienrojecimiento Eucerin Fps 25+ De	\$48.677	\$446.031	\$1.214.319	\$1.581.044
Crema Reductora De Sensibilidad Eucerin Ph5	\$80.815	\$242.445	\$660.057	\$859.394
Crema Humectante Retinol	\$94.901	\$284.703	\$775.104	\$1.009.185
Mascarilla del Mar Muerto	\$96.200	\$288.600	\$785.714	\$1.022.999
Protector Solar Ultra-Protection SPF 50	\$94.600	\$283.800	\$772.646	\$1.005.984
Multi-Active 360 Contorno de Ojos	\$86.400	\$259.200	\$705.672	\$918.785
Sérum Vitamina C + Silicio Orgánico	\$92.200	\$276.600	\$753.044	\$980.463
Sérum Ácido Hialurónico + Silicio Orgánico	\$94.600	\$283.800	\$772.646	\$1.005.984
Crema antiseñales 30+ noche	\$131.700	\$395.100	\$1.075.660	\$1.400.509
Protector aclarador de manchas FPS 50	\$60.900	\$182.700	\$497.401	\$647.616

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	50 de 110


Máscara de arcilla purificante	\$75.300	\$225.900	\$615.013	\$800.747
Crema antiseñales 45+ noche	\$134.700	\$404.100	\$1.100.162	\$1.432.411
Tónico detox hidratante	\$42.900	\$128.700	\$350.386	\$456.202
Protector aclarador de manchas FPS 50	\$60.900	\$182.700	\$497.401	\$647.616
Sérum intensivo pro-firmeza	\$69.000	\$207.000	\$563.558	\$733.752
Gel crema protector facial FPS 50	\$44.600	\$133.800	\$364.271	\$474.280
Kit protección antimanchas claro medio	\$89.100	\$267.300	\$727.724	\$947.497
Hidratante para labios y áreas reseca	\$19.100	\$57.300	\$155.999	\$203.111
Crema para afeitar Homem Essence	\$22.300	\$66.900	\$182.135	\$237.140
Desodorante antitranspirante roll-on homem masculino	\$18.900	\$56.700	\$154.366	\$200.984
protector solar Anthelios Pigmentation +50 Crema color	\$107.000	\$321.000	\$873.923	\$1.137.847
Pure Vitamin C10	\$186.000	\$558.000	\$1.519.155	\$1.977.940
Shampoo Anti-Caspa La Roche Posay Kerium DS Intensivo	\$ 74.775	\$224.325	\$ 610.725	\$795.164
Shampoo para Cuero Cabelludo Sensible La Roche Posay Kerium Doux	\$65.242	\$195.726	\$532.864	\$693.789
Bálsamo de Labios Cicaplast	\$ 24.225	\$72.675	\$197.858	\$257.611
Gel de Manos Purificante 100 ml + Agua Termal	\$29.500	\$ 88.500	\$240.941	\$313.706
Protector Solar Avène Fluido Spf 50+ Color Caja Con Frasco	\$79.740	\$239.220	\$651.276	\$847.962
Despigmentante Rostro y Zonas Sensibles Dhems Caja Con Frasco	\$76.306	\$228.918	\$623.229	\$811.444
Gel Limpiador Para Piel con Tendencia Acnéica Frasco	\$32.725	\$98.175	\$267.281	\$348.000
Total	\$3.666.685	\$11.000.055	\$29.947.650	\$38.991.840

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	51 de 110

La proyección en ventas que se muestra en la tabla anterior está sujeta a cambios de mercado, así como la forma que se tiene de vender los productos en el mercado objetivo, lo que se hizo fue de acuerdo a las variables de mercado realizar una proyección en cantidades, precio de venta unitario y de los ingresos mensuales de los productos ofrecidos.

La proyección muestra los porcentajes de crecimiento en cantidades, precios de los ingresos que se percibirían inicialmente de manera mensual y con la proyección a 3 años se evidencia el crecimiento en ventas con el estudio realizado por cada producto y la proyección de los mismos.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	52 de 110

4. Plan Operativo


4.1 Ficha técnica de ventas

4.1.1 Ficha técnica del servicio

Información general de la empresa	
Logo de la empresa	
Nombre de la empresa:	<i>"Dermasalud, Cuidamos De Ti"</i>
Nombre del Servicio de ventas:	Empresa dedicada a la comercialización de productos naturales para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y belleza.
Descripción del servicio de ventas:	Empresa dirigida a ofrecer un servicio integral con una oferta muy amplia de productos que estén ubicados en un solo lugar, que sean altamente visibles al público, contando con diferentes secciones para satisfacer las múltiples necesidades de los clientes, además se contará con servicio de asesoramiento personalizado, según la necesidad de cada cliente en un mismo establecimiento de comercio.
Componentes del servicio de ventas:	Se compone a través de Talento humano: profesional especializado en ventas, esteticistas, administradores en salud, ventas de productos para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y belleza en las diferentes marcas referenciadas como EUCERIN, INFINITEK, ATENEA, NATURA, M·A·C, NEUTROGENA, OGX, LA ROCHE, L'Oréal, CeraVe, Avène
Dirigido a:	Población del municipio de Cumbal, sin distinción de edades que sufren de patologías o quieran mejorar la apariencia de su piel o cuero cabelludo, mujeres que les gusta y quieran cuidar de su belleza, personas de estratos bajos, medios y altos, que deseen adquirir el producto para cuidar su apariencia personal.
Modalidad:	Presencial y virtual.
Número de Horas	6 horas diarias


diarias	
Duración:	15 minutos por venta
Propósito General:	Gracias a la venta de estos productos ayudar a los clientes a mejorar su aspecto físico y emocional.
Actividades y contenidos a desarrollar	Brindar una asesoría especializada a nuestros clientes en cuanto a que productos y durante cuánto tiempo los debe utilizar, según su necesidad y según su tipo de piel.
Responsable	Profesional especializado en ventas, esteticistas.
Condiciones del servicio de ventas:	Servicio de ventas dividido en áreas para encontrar los productos de interés con mayor facilidad.
Horario del Servicio de ventas:	De martes a domingo
Documentos de soporte	Facturas, base de datos de clientes.

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	54 de 110


Información general del servicio	
Logo de la empresa	
Nombre de la empresa:	Dermasalud, Cuidamos De Ti
Nombre del Servicio:	Prestación del servicio de Dermatología
Descripción del servicio:	Servicio de consulta con profesional especialista en dermatología y servicio de apoyo diagnóstico en caso de enfermedades causadas por microorganismos.
Información técnica	
Componentes del servicio	Dermatólogo, bacteriólogo.
Dirigido a:	Población mayor de 15 años de edad.
Modalidad:	Presencial
Número de Horas diarias	6 horas
Duración:	25 minutos cada consulta
Propósito General:	Valoración general, diagnóstico y tratamiento a enfermedades que afectan la piel y el cabello.
Actividades y contenidos desarrollar	Consulta de valoración, realizar exámenes de laboratorio si lo amerita, luego hacer el diagnóstico, luego formular el tratamiento, control y seguimiento al paciente.
Responsable	Dermatólogo
Condiciones del servicio	Consultorio médico
Horario del Servicio	Solo días domingos
Valor del servicio	\$ 100.000
Documentos de soporte	Historia clínica.

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	55 de 110


4.2 Análisis de la Cadena de valor.

En lo que respecta a los Servicios de Dermal salud cuidamos de ti, la mayor parte de los costos está en la adquisición de los productos ya que se trata de una actividad intensiva porque se comercializa como productos para el cuidado facial, y maquillajes. En relación a los insumos es fundamental estar constantemente adquiriendo los nuevos productos que sean novedoso y de excelente calidad, para poder ofrecer a los clientes lo mejor del mercado. Respecto a la mano de obra, es fundamental la capacitación de la misma para garantizar la óptima prestación del servicio.











	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	56 de 110

ACTIVIDADES DE SOPORTE				
INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA: local físico de la empresa el cual está diseñado para que los clientes puedan apreciar los productos de cerca y un probador de maquillaje y productos para brindar seguridad y confianza en sus compras.				
GESTION DE RECURSOS HUMANOS: elección del personal idónea para cada área de la empresa ya que es indispensable por el servicio que se ofrece, capacitaciones constantes al personal.				
DESARROLLO DE TECNOLOGIA: para esta empresa es importante contar con equipos como el analizador cutáneo nivel de hidratación cutánea Soft FX el cual es una herramienta que permite identificar las necesidades de cada piel.				
COMPRAS: Negociación de productos con proveedores que manejen precios al por mayor siendo estos más económicos para ser más rentables.				
LOGISTICA INTERNA	OPERACIONES	LOGISTICA EXTERNA	MARTENING Y VENTAS	SERVICIOS POST VENTA
Almacenamiento confidencial de base de datos con información de inventarios, nomina, contabilidad, así como la base de datos de clientes las cuales son de total reserva.	Servicio se asesoría personalizada con cada cliente.	la recepción y almacenamiento adecuado de los productos los cuales se ofrece, los cuales deben estar ubicados estratégicamente para la visibilidad al público.	Área comercial, la cual se enfoca en realizar publicidad en redes sociales para dar a conocer los servicios y productos que se ofertan constantemente y realizar actividades como sorteos y demás para incentivar a los clientes.	Área comercial, se hace seguimiento a los clientes para evaluar la eficacia de los productos y a la vez la satisfacción de clientes.
ACTIVIDADES PRIMARIAS				

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	57 de 110

4.3 Proceso del servicio:

PASO	ACTIVIDAD	SUMINISTRO	DOCUMENTO	INSPECCIÓN	OPERACIÓN	ALMACENAJE	DEMORA	ALMACENAJE DE INF	TRANSPORT E	TOMA DE DECISIÓN	FIN DE PROCESO	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REQUERIMIENTO	MEDIO DE CONTROL
1	Saludo de bienvenida				 x							Dos minutos	Se da la bienvenida al cliente y le preguntamos acerca del producto de su interés	Profesional en ventas	Ficha técnica de servicio de ventas	Archivo de fichas
2	Asesoría sobre los productos que satisfagan su necesidad.				x			x				15 minutos	Se pregunta si presenta algún tipo de afectaciones en la piel o cuero cabelludo.	Esteticista	Ficha técnica de servicio de ventas	Archivo de fichas
3	Ofrece el servicio valoración con dermatólogo									x		5 minutos	Se ofrece el servicio de valoración con dermatología	Dermatólogo	Agenda cita	Archivo de agendas



4	Se agenda la cita		x		x						5 minutos	Se agenda la cita en caso de que el cliente acepte la valoración	Profesion al en ventas	Ficha técnica de servicio de dermatología	Archivo de fichas
5	Se hace registro del paciente		x						x		5 minutos	Se toma los datos del paciente para hacer seguimiento hasta el día de la cita	Profesion al en ventas	Ficha técnica digital	Archivo de ficha
6	Valoración por dermatólogo				x						20 minutos	Examina al paciente y pide ayudas diagnósticas si es necesario	Dermatólogo Bacteriólogo	Ficha técnica de servicio de dermatología	Archivo de fichas
7	Remisión a toma de muestras				x					x	5 minutos	Se envía al paciente a toma de muestras con bacteriólogo en caso de ser necesario	Bacteriólogo	Recepción de toma de muestras	Informe de resultados
8	Toma de muestras										20 minutos	Se toma muestras de la lesión si	Bacteriólogo	Ficha técnica del servicio	Registro de resultado




	de la lesión				x		x					os	es necesario para proceder a realizar exámenes de KoH			s
9	Inicio de tratamiento				x							Según el tipo de enfermedad que presente el paciente.	Se envía el resultado al dermatólogo para que el procesa a dar el tratamiento adecuado y oportuno	Dermatólogo	Ficha técnica de servicio de dermatología	Archivo de fichas
10	Venta del producto	x										5 minutos	Se vende el producto medicado y se da indicaciones de uso y tiempo de uso	Esteticista y profesional en ventas	Ficha técnica de servicio de ventas	Archivo de fichas
11	Facturación				x							5 minutos	Se recibe pago según el método que se acomode al cliente y se pregunta si	Profesional en ventas	Ficha técnica de servicio de ventas	Archivo de ficha

												quiere que al correo le lleguen promociones o información de nuestros productos de venta.			
11	Seguimiento		x								Llamar las telefónicas de 45 segundos cada tres días	Se hace seguimiento al paciente sobre cómo va si evolución	Dermatólogo, esteticista, bacteriología	Satisfacción o insatisfacción del cliente	Registro de llamadas telefónicas
12	En caso de no necesitar revisión con dermatólogo									x	No aplica	No se agenda cita para servicio de dermatología se da asesoría de los productos que satisfagan la necesidad del cliente	Profesional en venta esteticista	Ficha técnica de servicio de ventas	Archivo de fichas

13	Facturación	x							x	5 minutos	Se recibe pago según el método que se acomode al cliente y se pregunta si quiere que al correo le lleguen promociones o información de nuestros productos de venta.	Profesion al en ventas	Ficha técnica de servicio de ventas	Archivo de ficha
----	-------------	---	--	--	--	--	--	--	---	-----------	---	------------------------	-------------------------------------	------------------

Fuente: Elaboración propia.


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	62 de 110

4.4 Análisis de requerimientos

4.4.1 Necesidades del personal

ÁREAS O PROCESO	TALENTO HUMANO REQUIERO	REQUERIMIENTO ESPECIALES	CANTIDAD	TIPO DE CONTRATO/ TIEMPO A LABORAR	COSTOS (un mes)	TOTAL
PRESTACIÓN DEL SERVICIO/PRODUCCIÓN diagnósticos	Esteticistas	Hombre o mujer, Experiencia 1 año en el área. Que resida en el municipio, empático, facilidad de relacionarse con las personas. Rango de edad 25 a 40 años.	2	Término indefinido/tiempo completo (48horas semanal)	\$800.000	\$1.600.000
	Dermatólogo	Hombre o mujer, profesional medicina con Especialización en dermatología. Rango de edad 30-55 años.	1	Prestación de servicio/ (8 horas semanales)	\$2.000.000	\$2.000.000
	Bacteriólogo	Hombre o mujer, profesional en bacteriología. Rango de edad 22-55 años.	1	Prestación de servicio/ (6 horas semanales)	\$1.000.000	\$1.000.000
MERCADEO Y VENTAS	Vendedores	Hombre o mujer, Experiencia 1 año en ventas. Que resida en el municipio, empático, facilidad de relacionarse con las personas. Rango de edad 20 a 30 años.	2	Término indefinido/tiempo completo (48horas semanal)	\$ 600.000	\$1.200.000
FINANCIERA	Contador	Hombre o mujer, profesional en contaduría. Rango de edad 25 a 55 años.	1	Por prestación de servicios/ (6 horas semanales)	1.000.000	1.000.000
ADMINISTRATIVO	Auxiliar de inventarios	Hombre o mujer. Rango de edad 25 a 55 años.	1	Por prestación de servicios	\$ 600.000	\$ 600.000
SOPORTE TECNICO	Técnico en sistemas	Hombre o mujer. Rango de edad 25 a 40 años.	1	Por prestación de servicios	\$ 600.000	\$ 600.000
Total (MO)						\$ 8.000.000

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	63 de 110

4.4.2 Necesidades de maquinaria y equipo

ÁREAS O PROCESOS	MAQUINARIA Y EQUIPO	CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTOS ESPECIALES	TIEMPO DE DEPRECIACIÓN	CANTIDAD	COSTOS	TOTAL
PRESTACIÓN DEL SERVICIO/PRODUCCIÓN	ESCRITORIO	Material metálico	12 años	1	\$600.000	\$600.000
	SILLA	Asiento regulable en altura, Base del asiento regulable en altura, asiento regulable en profundidad, respaldo reclinable y «posición de balanceo», sistema sincro, diseño adaptable a las formas del cuerpo, materiales que favorezcan la transpiración.	8 años	3	\$300.000	\$900.000
	SILLÓN PARA PROCEDIMIENTOS DERMATOLÓGICOS	Con aspectos ergonómicos y de confort, que incluya: Almohada: Fijación magnética Apoya brazos: Abatibles y sincronizados al movimiento del espaldar. Mando de control: Control de mano digital. Control de altura: Altura de 55cm a 95cm Control de inclinación: Inclinación de espaldar y apoya pies (de 80° a 180°)	12 años	1	\$950.000	\$950.000
	ANALIZADOR CUTANEO	Equipo automatizado que permita medir la pigmentación cutánea, nivel de hidratación	15 años	1	\$5000.000	\$5000.000




		cutánea, sebo cutáneo, pH cutáneo.				
	MICROSCOPIO	Microscopio óptico de campo claro.	10 años	1	\$5900.000	\$5900.000
	MESA	Mesa de trabajo en acero inoxidable	10 años	1	\$1500.000	\$1500.000
	SILLA DE ESPERA	Con puestos para cinco personas	8 años 1	1	\$600.000	\$600.000
	ESTANTES	Material madera.	12 años	10	\$1000.000	\$10.000.000
MERCADEO Y VENTAS	CELULAR	Celular con versión de Android que permita aplicaciones como Facebook, Instagram, Whatsapp, con disponibilidad de minutos ilimitados a todo operador.	2 años	3	\$300.000	\$900.000
	COMPUTADOR	Con capacidad de disco duro mayor o igual a 320GB, e Intel Core i5, portátil.	5 años	1	\$1400.000	\$1400.000
	CAJA REGISTRADORA	Que permita calcular y registrar transacciones, además imprimir recibos o factura Y con cajón para guardar dinero.	10 años	1	\$800.000	\$800.000
	DATAFONO	Que permita realizar pagos mediante tarjetas de crédito o débito.	5 años	1	\$550.000	\$550.000




FINANCIERA	COMPUTADOR	Con capacidad de disco duro mayor o igual a 320GB, e Intel Core i5, portátil.	5 años	1	\$1400.00 0	\$1400.000
	CALCULADORA	Que realice las operaciones más habituales como suma, resta, multiplicación y división, porcentajes.	3 años	1	\$10.000	\$10.000
ADMINISTRATIVO	COMPUTADOR	Con capacidad de disco duro mayor o igual a 320GB, e Intel Core i5, portátil.	5 años	1	\$1400.00 0	\$1400.000
	SILLA	Asiento regulable en altura, sistema sincro, diseño adaptable a las formas del cuerpo, materiales que favorezcan la transpiración.	8 años	1	\$400.000	\$400.000
	ESCRITORIO	Material metálico	12 años	1	\$600.000	\$600.000
	IMPRESORA	Impresora/fotocopiadora	5 años	1	\$445.900	\$445.900
					TOTAL: 32.755.900	

Fuente: Elaboración propia.

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	66 de 110

4.4.3 Necesidades de materia prima e insumos

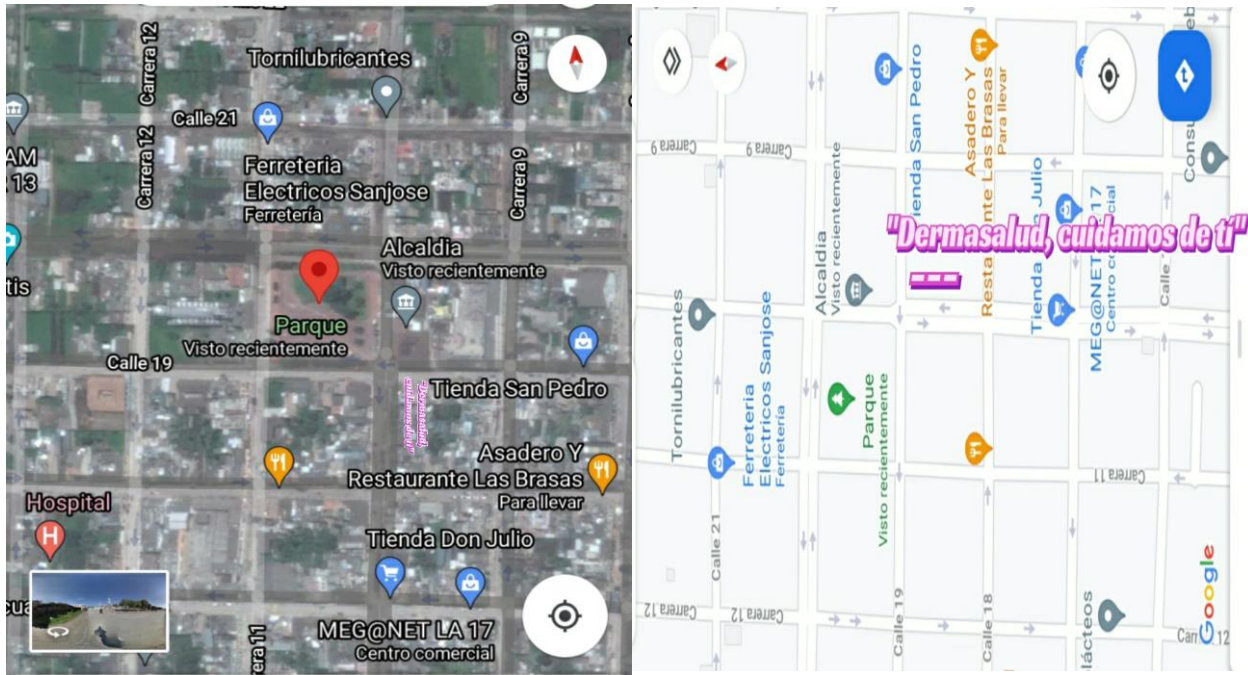
ÁREAS O PROCESOS	INSUMOS Y MATERIA PRIMA	CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTO ESPECIALES	CANTIDAD	COSTOS UNITARIOS	TOTAL
PRESTACIÓN DEL SERVICIO/PRODUCCIÓN	COLORANTE PARA EXAMEN DE KOH	Colorante azul de lactofenol Frasco x 200ml	1 frasco	\$84.000	\$84.000
	DILUYENTE	Cloruro de sodio al 0.9% Solución salina x 500cc	1 bolsa	\$3.900	\$3.900
	TOALLAS ABSORBENTES	Toallas desechables manos triple hoja x 150 unidades	1 rollo	\$12.300	\$12.300
	LAMINAS PORTA OBJETOS	Laminas porta objetos con borde esmerilado	1 caja	\$3.900	\$3.900
	LAMINILLAS CUBRE OBJETOS	Laminillas cubreobjetos 22x22 caja x 100 laminas	1 caja	\$8.000	\$8.000
	GUANTES	Guates desechables de nitrilo x 100	1 caja	\$70.000	\$70.000
	GORROS	Gorros quirúrgico desechable x 100	1 caja	\$17.900	\$17.900
	LANCETAS	Lancetas Tru-life x 100 unidades	1 caja	\$20.300	\$20.300
	BATAS DESECHABLES	Bata quirúrgica desechable x 10	1 caja	\$48.000	\$48.000
MERCADERO Y VENTAS	PAPEL TÉRMICO	Rollo de papel térmico 58mm datafono	1 rollo	\$3.400	\$3.400
	BOLSAS PARA EMPACAR	Bolsas para empaque ecológicas personalizadas	1 bolsa	\$15.000	\$15.000
	DATAFONO	Datafono inalámbrico	1 datafono	\$799.999	\$799.999
FINANCIERA Y ADMINISTRATIVO	PAPELERIA	Lapiceros color negro. Rojo, Marcador resaltador verde punta gruesa, Lápiz de madera borrable, Borrador de goma, Perforadora grande abre tres huecos, Grapadora Grande, Ganchos de grapadora x 5000 grapas, Separadores de colores plásticos para carpetas x 5, Resma de papel	1 unidad	\$900	\$70.000

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	67 de 110

		tamaño carta x 500 hojas, Carpetas tipo folders tamaño carta con gancho, Regla de plástico 30 cm, Carpetas tipo folders tamaño carta con gancho.			
TOTAL (MP)					\$1.156.699

Fuente: Elaboración propia.

4.5 Análisis de Localización

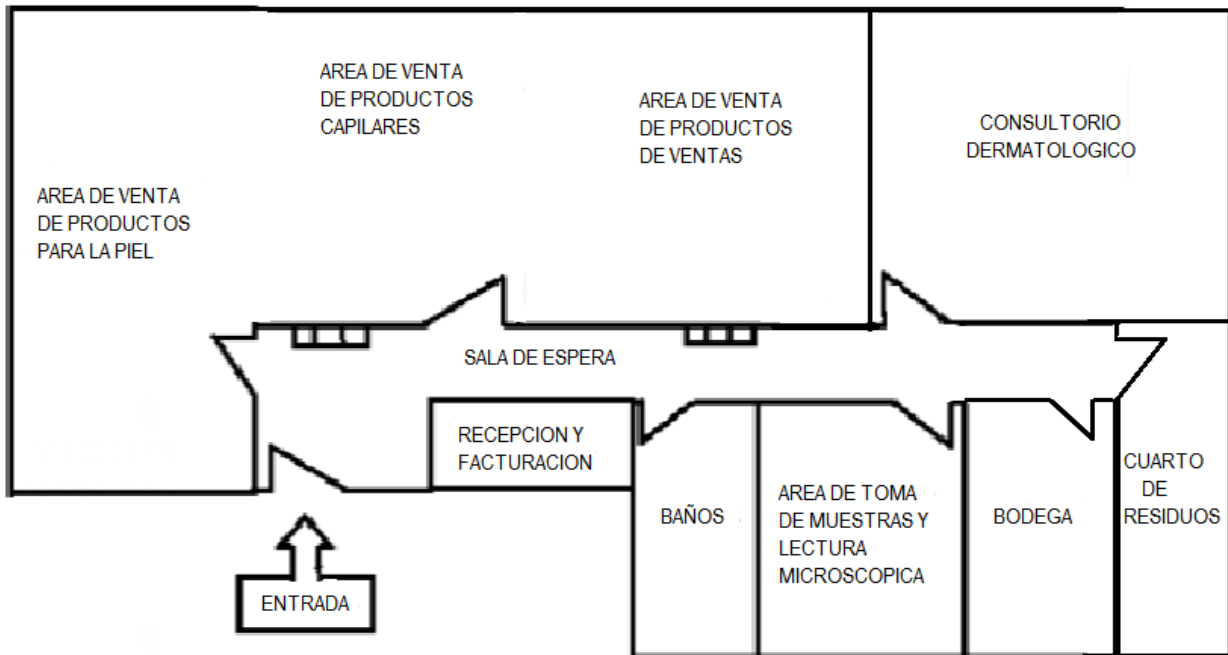


Fuente: Elaboración propia.

La elección para la localización de la empresa ha sido en municipio de Cumbal, ubicado en el departamento de Nariño el cual se sitúa a 120 kilómetros al suroccidente de San Juan de Pasto ciudad capital del departamento. El motivo de esta localización ha sido la limitada competencia en esta área y el gran núcleo de población que se podría abastecer desde aquí, dado que por la ubicación geográfica las condiciones climáticas son duras, ya que se presentan temperaturas muy bajas, viento, ventisca, nieve, etc., lo que causa daños en la salud de la piel y cuero cabelludo, lo cual crea una necesidad a esta problemática. Por otro lado, la ubicación dentro del municipio será en el centro del casco urbano del municipio, para la elección de este lugar se han tenido en cuenta algunos factores los cuales favorecen en mercado como son; la gran

afluencia de paso de clientes en general, gran cantidad de empresas de servicios varios que se encuentran en la zona y la gran visibilidad del lugar.

4.6 Propuesta de diseño de planta



Fuente: Elaboración propia.

Lo que respecta al diseño y la distribución en planta, esta se diseñó teniendo en cuenta que se tiene un trato directo con el cliente. Esto hace que, con frecuencia el énfasis de la distribución se ponga más en la satisfacción y comodidad del cliente. La empresa va a situarse en la planta baja de una residencia. A continuación, se expondrá el diseño de la tienda de modo que podamos facilitarles a los clientes una visión amplia y práctica de toda nuestra variedad de productos. Los productos tanto para el cuidado facial, capilar y maquillaje están dispuestos en estanterías. La idea es situar estos productos colocándolos por diferentes colores para que sean más vistosos y llamen la atención de los clientes. Los

productos se encontrarán estratégicamente por precio, de esta manera los productos con un precio más elevado se encuentran abajo y los de precio más bajo arriba. Cuando el cliente ingresa lo primero que va a apreciar son los productos para la piel, en seguida se encuentran estantes con los productos para el cabello, luego se encuentran ubicados los productos de belleza como es el maquillaje, junto a esta área al fondo estará una sección donde se puede probar productos la cual está dotada de iluminación y espejos, esto con el fin de mostrarles cómo pueden aplicarse ciertos productos y de qué manera es mejor. En la parte del frente está el área de recepción y facturación, junto a esta área se encuentra la sala de espera el cual está dotado de sillones para comodidad de los clientes y frente están ubicados los baños. Al fondo a la izquierda se encuentra el consultorio dermatológico, área de almacenamiento de residuos, área de toma de muestras microbiológicas y proceso, junto a ella se encuentra la bodega. Todas las áreas están ubicadas estratégicamente para brindar un servicio con excelencia.



Universidad[®]
Católica
de Manizales
ESCUELA DE INGENIERIA

INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO

Código: PRS-F-63

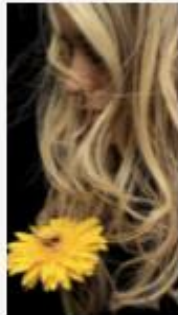
Versión: 2

Página: 71 de 110

5. Prototipo y validación del prototipo (portafolio de servicio)

¿QUIENES SOMOS?

Empresa dedicada a la comercialización de productos naturales para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y belleza.



Soluciones dermatológicas, capilares, cosmología y asesorías previas. Seleccionando el tratamiento más adecuado para cada tipo de piel y cuero cabelludo.



Porque merecemos sentirnos, aliviados, protegidos, seguros, importantes, descomplicados.

Para ello se ofrece un servicio profesional integral para el cuidado y el tratamiento de la piel, el cabello y el cuidado personal a través de la asesoría y comercialización de los mejores productos 100% originales y seguros en un solo sitio.



Estamos ubicados en el parque central del Municipio de Cumbal (N)

Teléfono:
3152881212

Correo Electrónico:
dermasalud.cuidamosdeti@gmail.com

Contacto para citas Dermatológicas:
320791225

Síguenos en:
f Dermasalud, cuidamos de ti.
e @dermasalud, cuidamos de ti.

Contamos con Dermatólogo y realizamos diagnósticos con pruebas de laboratorio clínico para el cuidado y la atención de patologías, de acuerdo a su necesidad.

Cuidamos su salud física y emocional
Buscamos su bienestar.



¿QUE OFRECEMOS..?

Se ofrece un servicio integral con una oferta amplia de productos que estén ubicados en un solo lugar, que sean altamente visibles al público, contando con diferentes secciones para satisfacer las múltiples necesidades de los clientes.

Porque las personas que sufren de problemas en la piel, el cabello o inconformidades con su apariencia física, enfrentan diariamente problemas de salud debido a la exposición al frío intenso y los peligrosos de los rayos UV.

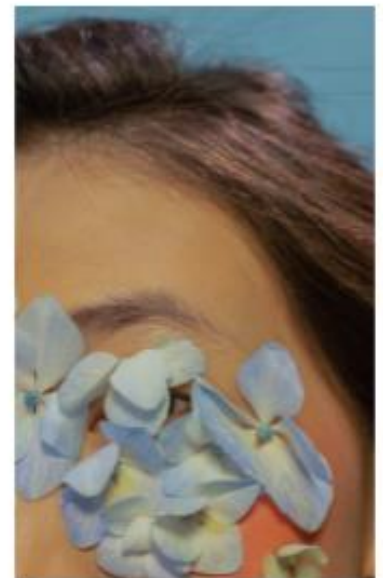


Trabajamos con productos a base de extractos de espino y peonía que trabajan a nivel de la microcirculación luchando contra las rojeces y aportando colágeno a las paredes de los capilares para reforzarlos y evitar su permeabilidad.

Concentración de productos de excelente calidad, en un único establecimiento de comercio, con asesoría personalizada.

Servicio dedicado a:


Las regiones con ubicación geográfica, donde se cuenta con temperaturas bajas y a las personas que están constantemente expuestas a largas jornadas de exposición a los rayos de sol, y al frío extremo, por ende, su piel y cuero cabelludo están sometidos a daños permanentes.



Fuente: Elaboración propia.

6. Plan Organizacional

6.1 Pensamiento estratégico


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	73 de 110

6.1.1 Principios Corporativos: Consideramos ciertos valores que son necesarios para el buen funcionamiento del negocio:

- **Compromiso:** Nuestra estrategia de empresa la desarrollamos en función de las necesidades de nuestro cliente, por lo que implantaremos en todos los niveles de la organización una cultura orientada al cliente, de tal modo que sabremos cuáles son sus necesidades y cómo actuar sobre ellas.
- **Honestidad:** Es decir, “transparencia”, se convierte para la empresa en el fortalecimiento de la relación y vínculo comercial con los clientes.
- **Servicio:** Ofrecer un servicio eficaz y eficiente, ya que la fidelidad del cliente es lo más importante, que permanezcan fieles al negocio por mucho tiempo, ya que esto es lo que garantiza la rentabilidad y creación de valor a largo plazo.
- **Calidad:** Saber y estudiar cual es la opinión que tienen nuestros clientes a cerca del servicio y poder mejorar en aquellos puntos que no seamos tan excelentes, ya que el éxito de nuestro servicio solo lo podemos lograr con la satisfacción de nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** La responsabilidad de llevar a cabo y cumplir los valores anteriores.
- **Trabajo en equipo:** Es para nosotros el propósito de trabajar en colaboración con los demás, de hacer sentir que formamos parte de un equipo y sobretodo, que trabajamos conjuntamente en oposición a trabajar separadamente o competitivamente.
- **Vocación de servicio:** estar dispuesto a satisfacer y ayudar de la mejor manera a los clientes según su necesidad.

6.2 Misión de la Empresa:

Ser una empresa competitiva y rentable mediante la disciplina y eficiencia, calidad y excelencia en el servicio y la satisfacción de las necesidades de sus clientes, suministrando

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	74 de 110

productos de alta calidad brindando un servicio de asesoría integral en el uso adecuado de nuestros productos creando así relaciones duraderas con nuestros clientes, generando placer y bienestar.

6.2.1 Visión de la Empresa:

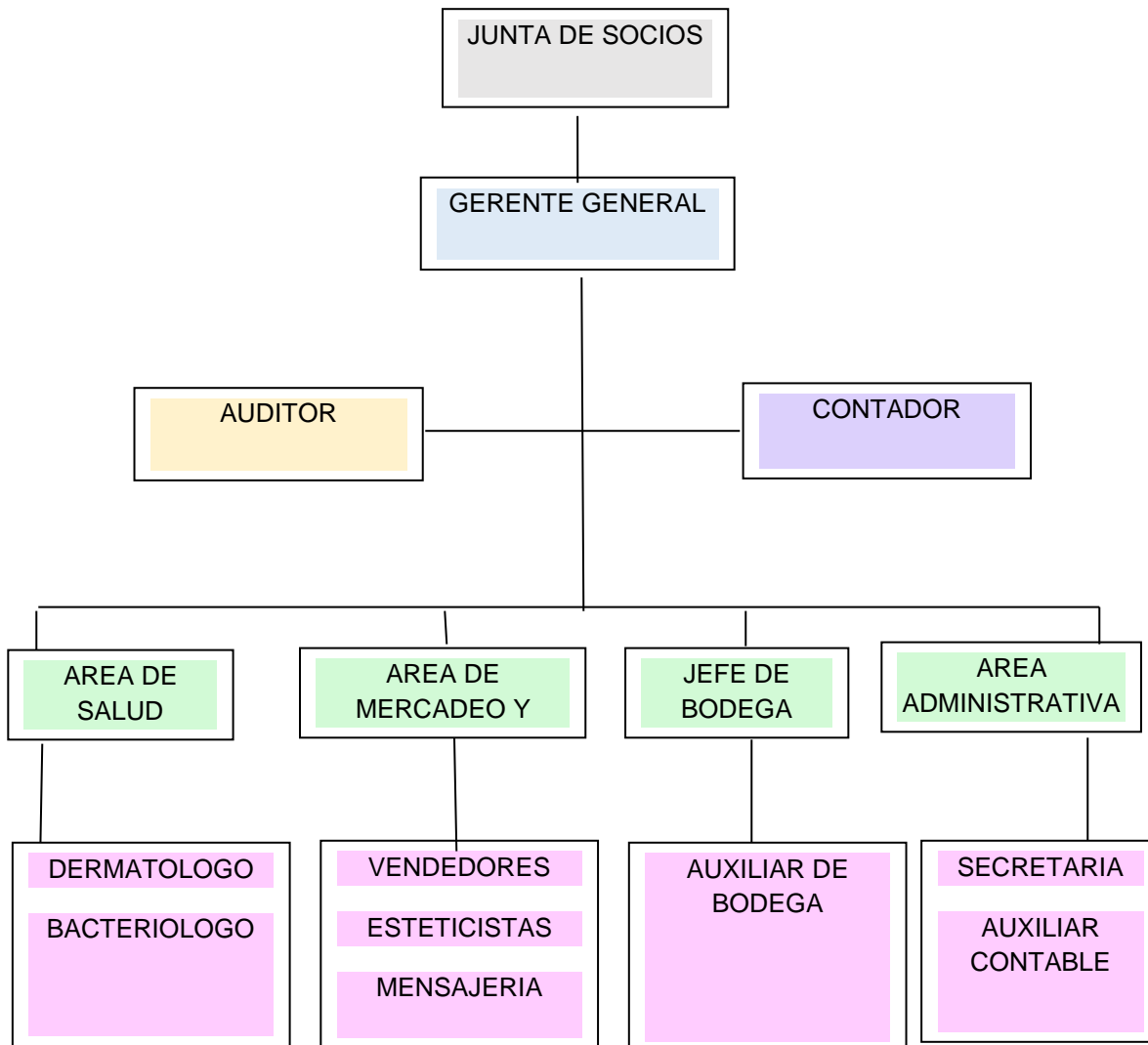
En el 2030 Dermal salud es reconocida como una empresa de alta calidad por la excelencia de sus productos, servicios y atención personalizada en el área de la salud de la piel, el cabello y la belleza, posicionada en el mercado como el mejor canal comercial de productos especializados en el sur de Nariño.

6.3 Objetivos Estratégicos

- Lograr el mayor impacto social a través de la prevención y cuidado de la piel, el cabello y la belleza de todos nuestros clientes
- Contar con un personal calificado y en continua capacitación para garantizar localización del servicio.
- Mantener las mejores alianzas comerciales con los mejores proveedores de productos y servicios para el cuidado personal para garantizar altos estándares de calidad y de cumplimiento.
- Satisfacción del cliente mínimo en un 80 % respecto a los productos y servicios.
- Posicionar empresarial en el mercado basado en la excelencia, la calidad y prontitud en la atención de nuestros clientes.


- Garantizar la sostenibilidad y crecimiento de la empresa a lo largo del tiempo para satisfacer las necesidades de sus diferentes grupos de interés (inversionista, clientes)

6.4 Estructura organizacional



Fuente: Elaboración propia.

6.5 Análisis Legal y Normativo:

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	76 de 110


Constitución legal de la empresa: Ley 1258 por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas.

Obligaciones tributarias:

- ✓ Decreto 410 de 1971 código de comercio colombiano.
- ✓ Estatuto tributario colombiano.
- ✓ Registro RUT y RIT en alguno de los dos regímenes, a saber: Simplificado y/o Común. Inicial y cambios (realizados y exigidos).
- ✓ Recaudo del IVA y Retenciones Régimen Común.
- ✓ Declaraciones veraces y pagos oportunos de Tributos Nacionales Locales (Distritales).
- ✓ Facturación o cuentas de cobro. 5- Libros de contabilidad registrados o libro de operaciones fiscales.

Normas ambientales del proyecto:

- ✓ Ley 9 de 1979 código sanitario nacional
- ✓ Ley 212 de 1995: protege en derecho de la población a otorgar calidad y seguridad en los cosméticos y demás insumos de salud.
- ✓ Decreto 1945 de 1996: reglamenta la ley 212
- ✓ Decreto 612 de 2000: reglamenta la expedición de registros sanitarios automáticos o inmediatos para todos los productos sobre los que ejerce control el INVIMA excepto los medicamentos y preparaciones farmacéuticas.


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	77 de 110

- ✓ Decreto 219 de 1998 por el cual se reglamenta parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos y se dictan otras disposiciones. Buenas prácticas de manufacturas para cosméticos (BPMC) reglamentada en el anexo 2 de la decisión 516 de la comunidad Andina de naciones en la norma de buenas prácticas de manufactura para la industria de los cosméticos.
- ✓ Disposición de residuos peligrosos producidos en la industria cosmética decreto 4741 de 2005 y la resolución 062 de 2007.
- ✓ Ley 711 de 2001 por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética.
- ✓ Decreto 2019 de 1998 ministerio de salud: por medio de la cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos y se dictan otras disposiciones que regulan lo relacionado con la producción, procesamiento en base expendio, importación, exportación y comercialización de productos cosméticos.

6.5.1 Legislación aplicable

Como emprendimiento tenemos que cumplir con las siguientes leyes:

Legislación Laboral: constitución política de Colombia convenios y tratados internacionales, código sustantivo del trabajo, declaración de la OIT (organización internacional del trabajo) sobre principios y derechos fundamentales en el trabajo, se cumplirá con esta legislación ya que brindaremos un trabajo digno a nuestros empleados, en donde se conocerán, se cumplirán y se respetaran todos sus derechos conforme a la ley, también brindaremos un excelente


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	78 de 110

ambiente laboral y así garantizar un mejor desempeño laboral y por ende lograr un mejor crecimiento de nuestro negocio.

SST (Seguridad y salud en el trabajo): ley 100 de 1993. Ley 1562 de 2012, (SG-SST), resolución 2646 de 2008. Código sustantivo del trabajo. Resolución 1401 de 2007 por la cual se reglamenta los incidentes y accidentes de trabajo. Decreto 1072 de 2015 decreto único reglamentario del sector trabajo, nuestro emprendimiento está orientado a lograr una adecuada administración de riesgos, de manera que permita mantener el control permanente de los mismos en los diferentes oficios y que contribuya al bienestar físico, mental y social de nuestros trabajadores y al funcionamiento de los recursos e instalaciones de la mejor manera.

Salud: Ley 10 de 1993, Tipos de participantes en el Sistema General de Seguridad Social en Salud. A partir de la sanción de la presente Ley, todo colombiano participará en el servicio esencial de salud que permite el Sistema General de Seguridad Social en Salud. Unos lo harán en su condición de afiliados al régimen contributivo o subsidiado y otros lo harán en forma temporal como participantes vinculados, nuestros empleados estarán asegurados al sistema de salud que corresponda, tal como lo indica la ley para que tengan derecho a una atención en salud digna.

Derecho Comercial: El derecho comercial es una de las áreas que engloba el conocimiento legal y se centra exclusivamente en comerciantes, empresas, emprendedores u organizaciones, ya que el propósito principal de nuestra empresa es la comercialización de productos para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y belleza, que se hará en el departamento de Nariño a corto plazo y a largo plazo tener la oportunidad de vender y llegar a todo el comercio colombiano.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	79 de 110

Constitución política: La Constitución Política de Colombia establece que todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano y que se garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo, en la cual nuestro emprendimiento tiene como fin respetar todos los derechos de nuestros empleados y clientes y de esta manera contribuyendo y ayudando a mejorar sus diferentes necesidades.


Bioseguridad: Protocolos de bioseguridad, prevención y mitigación para reiniciar actividades empresariales, en nuestra empresa se contará con los protocolos, guías, etiquetas, entre otros, con el fin de brindar una información adecuada y oportuna en la bioseguridad y la aplicación de medidas preventivas tanto de nuestros empleados como de nuestros clientes con el fin de evitar o corregir este tipo de situaciones, garantizando la seguridad de la sociedad.

Industria y comercio:

Ley del emprendimiento: Ley 2069 de 2020 – Ley de Emprendimiento, Una ley para el fomento y desarrollo cooperativo y de la economía solidaria. Con la aprobación de la Ley de Emprendimiento se da inicio a una nueva etapa para el país, en la que el emprendimiento contará con un marco regulatorio moderno que facilitará el nacimiento y crecimiento de nuevas empresas e incentivará la generación de empleo.

6.5.2 Tipo de sociedad:

La empresa se constituirá como una sociedad por acciones simplificada (SAS), porque es una figura comercial que permite la asociación de dos personas a través de una figura jurídica en la cual las dos socias solo serán responsables hasta el momento de los aportes, se escoge esta sociedad por la posibilidad que brinda a las emprendedoras para determinar las normas

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	80 de 110


societarias que más convenga a sus intereses y por la regulación flexible. Este tipo de sociedad no exige una cuota o porcentaje mínimo o inicial lo cual facilita su constitución, también se puede determinar que es menos costosa para facilitar la realización de negocios y garantiza el crecimiento, toda vez que hace más fácil el camino para recibir el apoyo de fondos de capital de riesgo y capital semilla, tan importantes en la fase de emprendimiento. Es importante el beneficio respecto a la limitación de la responsabilidad sin tener que acceder a una estructura de sociedad anónima; la SAS no obliga al emprendedor a crear instancias como la junta directiva, o cumplir con ciertos requisitos como la pluralidad de socios. Con este esquema la limitación de responsabilidad es muy importante porque se reducen los riesgos al emprendedor para avanzar hacia el desarrollo del emprendimiento.

6.5.3 Obligaciones y beneficios

Entre las obligaciones como emprendedores se encuentran que para la creación de nuestra empresa debemos contar con que: La persona natural o jurídica debe declarar que ha realizado los aportes parafiscales y ha cumplido con sus obligaciones tributarias. La persona jurídica debe presentar certificación expedida por el Representante Legal o Revisor Fiscal, donde acredite que los socios o accionistas constituyentes con edad de 18 a 35 años, aún permanecen en la sociedad.

Exclusiones:

Las personas jurídicas creadas a partir de la Ley, como consecuencia de la escisión o fusión de una o más personas jurídicas existentes.

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	81 de 110

Las personas jurídicas creadas a partir de la Ley, en cuyo aporte se encuentre un establecimiento transferido o aportado por una persona natural o persona jurídica matriculada antes de la Ley.

Beneficios:

Que la empresa ha realizado los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y de más contribuciones de nómina, en caso de estar obligada a ello, y ha cumplido con sus obligaciones oportunamente en materia tributaria.

Presentar copia de los estados financieros debidamente firmados por el contador o revisor Fiscal, según el caso, con corte al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

Exención o descuento del 100% de la matrícula mercantil del comerciante, persona natural o jurídica, para el primer año.

No aplica descuento para el Establecimiento de comercio, sucursal o agencia.


Descuento del 100% en la renovación del segundo año.

Pérdida de beneficios:

El pago no oportuno de la renovación mercantil, por incumplimiento de la renovación dentro de los tres (3) primeros meses del año.

No pago de los aportes al sistema de seguridad social y aportes parafiscales.

Incumplimiento de las obligaciones tributarias: DIAN e Industria y comercio.


 <p>Universidad[®] Católica de Manizales</p> <p><small>1952</small> <small>INVESTIGACION</small></p>	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	82 de 110

Superar al año siguiente los 36 años, el número de empleados o valor de activos.

7. Plan de Gestión de Riesgos




CATEGORÍA	RIESGO	TIPO ALTO MEDIO BAJO	ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN	ESTRATEGIA DE MITIGACIÓN
Político	La existencia de tratados de libre comercio, facilitan a la competencia obtener productos a bajo costo por facilidad de importación	Medio	Consolidar la empresa reconocida por su calidad y fidelizar a los clientes para que estos siempre nos prefieran utilizando medios de pago cómodos como créditos y promociones en productos. Aprovechar el tratado también para identificar y comercializar productos que respondan a la propuesta de valor fortaleciendo el negocio	Mantener los precios competitivos en relación con la competencia a través de alianzas estratégicas con empresas extranjeras que den mejores precios y respaldo. Establecer planes de compra inteligente en tiempos y cantidades para aprovechar los precios. Negociar y tener un buen proveedor logística
Económico	Paro Nacional de Costos de productos Bloqueo de vías Desabastecimiento por logística	Alto	Se llevará un estricto control mediante inventarios y kardex para el abastecimiento responsable para asegurar tener productos y servicios de manera proactiva y sostenible. Estar agremiado. Estar atentos a las condiciones del entorno para poder establecer un plan de acción como integrante del gremio del comercio Mantener muy buena comunicación y relacionamiento con proveedores	El municipio de Cumbal por su ubicación geográfica se encuentra cercano a frontera con países como Ecuador, por ellos esto servirá como parte de la estrategia, ya que realizará alianzas con empresas ecuatorianas que abastezcan de productos de excelente calidad y abastecerse mientras se vive la necesidad.
Sociocultural	Cambio de	Alto	Anualmente se realizará	Crear una tarjeta de fidelidad a

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	84 de 110


	tendencias a nivel de consumo, modas y costumbres que hacen que el mercado busque nuevas opciones		estudios de mercadeo, para obtener estrategias de mercadeo para mantener la empresa competitiva y sostenible.	través del cual se dé beneficios a aquellos que poseen la tarjeta, descuentos especiales, regalos promocionales e integrar redes sociales como el Facebook, Instagram, aprovechar el marketing viral consiguiendo la fidelidad de los clientes a través de concursos, descuentos, compartiendo las publicaciones.
Tecnológico	<p>Programas de software fallidos que afectan la información de datos internos.</p> <p>Fallo o no funcionamiento de plataformas digitales virtuales</p> <p>Falta de energía o internet</p>	Medio	Garantizar la gestión documental para la administración de la información tanto físico como magnético, garantizando soportes para recuperar información además se contará con la asesoría de un ingeniero en sistemas para almacenar de manera segura de toda la información	<p>Si de alguna manera se llega a perder información importante y relevante para la empresa esta procederá a recuperar información de backcups más para reconstruir la información perdida.</p> <p>Tener plan de venta con registro físico para una vez se recupere el funcionamiento del sistema se sistematice la información</p> <p>Contar con una fuente secundaria de energía o internet</p>
Ambiental	Productos que afecten el medio ambiente	Medio	Se implementará políticas en la empresa donde se minimice en gran manera impactos negativos ambientales, para ello realizará acciones internas como el reciclaje y evitar utilizar bolsas y empaques plásticos o cuyo material que no sean amigable con el medio ambiente.	Se participará en campañas que son amigables con el medio ambiente y contribuir económicamente en la realización de jornadas ambientalistas.

Legal	Cumplimiento de normatividad	Alto	Cumplir a cabalidad las leyes vigentes establecidas en nuestro e incluso las internacionales, todo con el fin de evitar contratiempos de índole comercial y penal que se puedan presentar a futuro. Cumplir con las normas de protección del medio ambiente, salubridad, derechos de autor.	Contratar un abogado para la empresa el cual defienda los intereses de la empresa.
Producto /servicio	Daño en la salud física de las personas por el uso de productos faciales	Alto	Se contrata personal especializado como médico especialista en dermatología para garantizar que los productos que se oferten sean de buena calidad y cumplan con las normas establecidas como INVIMA y demás. Ante tratamientos especializados se realizará un consentimiento informado el cual debe firmar el paciente donde se dé a conocer los beneficios y efectos secundarios que estos pueden presentar para cubrirse en salud.	Contratar un abogado para la empresa el cual defienda los intereses de la empresa.
Organización	Mal manejo de recursos económicos	Medio	Auditorías internas trimestrales donde se llevará un estricto sobre contabilidad y finanzas de la empresa, para ello la empresa contrata un profesional contador.	Se contrata una entidad externa para realizar una auditoría a la empresa y de esta manera dar con las falencias y mal manejo de recursos y solucionarlo a tiempo.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	86 de 110

Segmento/ mercado	Preferencias de otras empresas	Alto	Semestralmente se realizará estudios de mercadeo, para obtener estrategias de mercadeo para mantener la empresa competitiva, haciendo que la empresa se destaque por su calidad y excelente servicio.	Se realizará descuentos especiales, regalos promocionales e integrar redes sociales como el Facebook, Instagram, aprovechar el marketing viral consiguiendo la fidelidad de los clientes a través de concursos, descuentos, compartiendo las publicaciones.
----------------------	-----------------------------------	------	---	---

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	87 de 110

8. Plan Financiero

8.1 Análisis de costos de operación


GASTOS PREOPERATIVOS DE IMPLEMENTACIÓN Y DISEÑO

DETALLE	Costo de Inversión
Estudio Factibilidad implementación y diseño	\$2,600,000
Gastos Legales de constitución de la empresa y licencias	\$3,250,000
Gasto de arrendamiento Local y bodega	\$2,800,000
Adecuación e Instalación (red eléctrica, red sanitaria e infraestructura en general)	\$7,500,000
Imprevistos y/o Contingencias 10% del total de los gastos de constitución	\$1,695,000
Caja menor (gastos varios e imprevistos)	\$800,000
Total	\$18,645,000

Fuente: Elaboración propia.


Este cuadro representa los desembolsos en que se incurre para la puesta en marcha del proyecto, en estos se puede observar de manera clara la destinación y el valor de cada uno de los rubros.

8.2 Plan de inversiones

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	88 de 110

INVERSIÓN INICIAL			
MAQUINARIA Y EQUIPO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Nevera			
Computador Dell Vostro 4 gb	\$ 1,889,200	2	\$ 1,889,200
Teléfono Celular Xiaomi Redmi 9A	\$ 437,900	1	\$ 1,889,200
impresora multifuncional marca Contank	\$ 1,269,000	1	\$ 1,269,000
SUBTOTAL			\$ 5,047,400
MUEBLES Y ENSERES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Escritorio	\$ 850,000	1	\$ 850,000
Sillas ergonómicas	\$ 145,000	4	\$ 580,000
Mesa de juntas pedestal	\$ 690,000	1	\$ 690,000
Microscopio	\$ 607,951	1	\$ 607,951
Mesa Acero Inoxidable Housewoker	\$ 780,000	1	\$ 780,000
Analizador De Humedad De Piel Digital Portatil Liarty	\$ 188,050	1	\$ 188,050
SUBTOTAL			\$ 3,696,001
OTRAS INVERSIONES PARA EL PROYECTO			
DOTACIONES Y SUMINISTROS A TRABAJADORES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Uniformes	\$ 250,000	3	\$ 750,000
Batas desechables Quirurgicas	\$ 3,900	15	\$ 58,500
Gafas de Seguridad Médica	\$ 11,500	15	\$ 172,500
SUBTOTAL			\$ 981,000
CAPACITACION AL PERSONAL	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Capacitación al personal	90,000.0	7	\$ 450,000
SUBTOTAL			\$ 450,000
LEGALIZACIÓN Y LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Gastos legales y licencias	1,000,000	1	\$ 1,000,000
SUBTOTAL			\$ 1,000,000
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 11,174,401
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL			100%

Fuente: Elaboración propia.

 Universidad[®] Católica de Manizales <small>1952</small>	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	89 de 110

En este cuadro se puede apreciar la aplicación de los recursos financieros destinados a la adquisición de los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Así mismo estos valores harán parte de la formación de capital fijo, el total ejecutado en la compra de equipos fue del 100%, ya que con los mismos se podrá realizar la puesta en marcha del proyecto, con el tiempo se conseguirán de manera gradual otros activos necesarios a medida que la empresa halle su punto de equilibrio y que se den las condiciones necesarias para la compra de los mismos ya que esto obedece al ofrecimiento de la totalidad de los servicios que se ofertan dentro del portafolio de servicios.

8.3 Plan de financiación:

		\$ 908,526	\$ 106,454	APORTES PATRONALES			
		SALARIO BASE	AUXILIO DE TRANSPORTE	PENSION	NIVEL RIESGO	ARL	CCF
Administrador	1	\$ 1,500,000	\$ 106,454	\$ 180,000	I	\$ 7,830	\$ 60,000
Personal área Operativa	5	\$ 1,100,000	\$ 106,454	\$ 132,000	III	\$ 26,796	\$ 44,000
Personal Oficina área Administrativa	3	\$ 1,200,000	\$ 106,454	\$ 144,000	I	\$ 6,264	\$ 48,000
		\$ 3,800,000	\$ 319,362	\$ 456,000		\$ 40,890	\$ 152,000

Fuente: Elaboración propia.



PROVISIONES PRESTACIONES SOCIALES					PROYECCION NÓMINA EN AÑOS		
CESANTIAS	INTERESES A LAS CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL MES	2021	2022	2023
\$ 124,950	\$ 15,000	\$ 124,950	\$ 62,550	\$ 2,181,734	\$ 6,545,202	\$ 27,358,944	\$ 27,461,540
\$ 91,630	\$ 11,000	\$ 91,630	\$ 45,870	\$ 1,649,380	\$ 4,948,140	\$ 20,683,225	\$ 20,760,787
\$ 99,960	\$ 12,000	\$ 99,960	\$ 50,040	\$ 1,766,678	\$ 5,300,034	\$ 22,154,142	\$ 22,237,220
\$ 316,540	\$ 38,000	\$ 316,540	\$ 158,460	\$ 5,597,792	\$ 16,793,376	\$ 70,196,312	\$ 70,459,548

Fuente: Elaboración propia.

La nómina de la empresa esta con proyección a 3 años, en la misma se observa el personal con el que se iniciarán labores y los salarios correspondientes a cada uno de ellos, con las prestaciones sociales, donde se están realacionando de manera especifica el pago establecido con los colaboradores necesarios. Ademas de los pagos obligados por el estado con las prestaciones sociales y las provisiones por parte del empleador, así como la proyección a 3 años.




PRESUPUESTO DE COSTOS O GASTOS PROYECTADOS

COSTOS O GASTOS FIJOS	VALOR MENSUAL	2021	2022	2023
Nomina Colaboradores	\$5,597,792	\$16,793,376	\$70,196,312	\$70,459,548
Papelería y Elementos de Oficia	\$250,000	\$750,000	\$3,450,000	\$3,570,750
Servicio Acueducto	\$600,000	\$1,800,000	\$8,280,000	\$8,569,800
Servicio de Energía Eléctrica	\$550,000	\$1,650,000	\$7,590,000	\$7,855,650
Servicio Gas	\$75,000	\$225,000	\$1,035,000	\$1,071,225
Internet y Telefonía	\$150,000	\$450,000	\$2,070,000	\$2,142,450
Dotaciones	\$1,041,667	\$3,125,000	\$14,375,000	\$14,878,125
Capacitaciones	\$298,333	\$895,000	\$4,117,000	\$4,261,095
Plan de Datos Corporativos 4 Celulares	\$580,000	\$1,740,000	\$8,004,000	\$8,284,140
Asesoría Financiera	\$2,500,000	\$7,500,000	\$34,500,000	\$35,707,500
Software Contable	\$833,333	\$2,500,000	\$11,500,000	\$11,902,500
Caja Menor	\$800,000	\$2,400,000	\$11,040,000	\$11,426,400
Obligación Financiera Cuota Banco	\$5,797,194	\$17,391,583	\$69,566,331	\$69,566,331
TOTAL, COSTOS Y GASTOS FIJOS	\$19,073,320	\$57,219,959	\$245,723,643	\$249,695,514

Fuente: Elaboración propia.

Los costos y Gastos Fijos se muestran de manera clara en la proyección mensual que no cambia con la variabilidad de los servicios prestados, estos están sujetos a las condiciones de producción de la empresa, en nuestro caso por ser una empresa


	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	93 de 110

de servicios los gastos pueden permanecer en el tiempo como se observa en la plantilla, las variables se presentan en los años posteriores ya que en el primer año se tiene en cuenta el último trimestre del año, a partir del 2022 la proyección se hace anual. Con su proyección a 3 años.

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN					
Monto:	\$250,000,000	Pesos			
Cuotas:	60	Cuotas Mensuales			
Interés anual:	14.76%	ANUAL			
Interés Mensual:	1.154%	TE MENSUAL			
Cuotas	Capital	Interés	Valor Mensual	Cuota	Saldo
0	\$ -	\$ -	\$ -	-	\$250,000,000
1	\$2,912,495	\$2,884,699	\$5,797,194		\$247,087,505
2	\$2,946,101	\$2,851,093	\$5,797,194		\$244,141,404
3	\$2,980,096	\$2,817,098	\$5,797,194		\$241,161,308
4	\$3,014,483	\$2,782,712	\$5,797,194		\$238,146,825
5	\$3,049,266	\$2,747,928	\$5,797,194		\$235,097,559
6	\$3,084,451	\$2,712,743	\$5,797,194		\$232,013,108
7	\$3,120,042	\$2,677,152	\$5,797,194		\$228,893,066
8	\$3,156,043	\$2,641,151	\$5,797,194		\$225,737,023
9	\$3,192,460	\$2,604,734	\$5,797,194		\$222,544,562
10	\$3,229,298	\$2,567,897	\$5,797,194		\$219,315,265
11	\$3,266,560	\$2,530,635	\$5,797,194		\$216,048,705




12	\$3,304,252	\$2,492,942	\$5,797,194	\$212,744,453
13	\$3,342,379	\$2,454,815	\$5,797,194	\$ 209,402,074
14	\$3,380,946	\$2,416,248	\$5,797,194	\$206,021,128
15	\$3,419,958	\$2,377,236	\$5,797,194	\$202,601,170
16	\$3,459,420	\$2,337,774	\$5,797,194	\$199,141,749
17	\$3,499,338	\$2,297,856	\$5,797,194	\$195,642,411
18	\$3,539,716	\$2,257,478	\$5,797,194	\$192,102,695
19	\$3,580,560	\$2,216,634	\$5,797,194	\$188,522,135
20	\$3,621,875	\$2,175,319	\$5,797,194	\$184,900,260
21	\$3,663,668	\$2,133,527	\$5,797,194	\$181,236,592
22	\$3,705,942	\$2,091,252	\$5,797,194	\$177,530,651
23	\$3,748,704	\$2,048,490	\$5,797,194	\$173,781,947
24	\$3,791,960	\$2,005,235	\$5,797,194	\$169,989,987
25	\$3,835,714	\$1,961,480	\$5,797,194	\$166,154,273
26	\$3,879,974	\$1,917,221	\$5,797,194	\$162,274,299
27	\$3,924,744	\$1,872,450	\$5,797,194	\$158,349,555
28	\$3,970,031	\$1,827,164	\$5,797,194	\$154,379,524
29	\$4,015,840	\$1,781,354	\$5,797,194	\$150,363,684
30	\$4,062,178	\$1,735,016	\$5,797,194	\$146,301,506
31	\$4,109,051	\$1,688,144	\$5,797,194	\$142,192,455
32	\$4,156,464	\$1,640,730	\$5,797,194	\$138,035,991
33	\$4,204,425	\$1,592,769	\$5,797,194	\$133,831,566
34	\$4,252,939	\$1,544,255	\$5,797,194	\$129,578,627
35	\$4,302,013	\$1,495,182	\$5,797,194	\$125,276,615
36	\$4,351,653	\$1,445,542	\$5,797,194	\$120,924,962

	<p style="text-align: center;">INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO</p>	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	95 de 110

37	\$4,401,866	\$1,395,329	\$5,797,194	\$116,523,096
38	\$4,452,658	\$1,344,536	\$5,797,194	\$112,070,439
39	\$4,504,036	\$1,293,158	\$5,797,194	\$107,566,402
40	\$4,556,007	\$1,241,187	\$5,797,194	\$103,010,395
41	\$4,608,578	\$1,188,616	\$5,797,194	\$98,401,817
42	\$4,661,756	\$1,135,439	\$5,797,194	\$93,740,061
43	\$4,715,547	\$1,081,648	\$5,797,194	\$89,024,515
44	\$4,769,958	\$1,027,236	\$5,797,194	\$84,254,556
45	\$4,824,998	\$972,196	\$5,797,194	\$79,429,558
46	\$4,880,673	\$916,522	\$5,797,194	\$74,548,886
47	\$4,936,990	\$860,205	\$5,797,194	\$69,611,896
48	\$4,993,957	\$803,238	\$5,797,194	\$64,617,939
49	\$5,051,581	\$745,613	\$5,797,194	\$59,566,358
50	\$5,109,870	\$687,324	\$5,797,194	\$54,456,488
51	\$5,168,832	\$628,362	\$5,797,194	\$49,287,656
52	\$5,228,474	\$568,720	\$5,797,194	\$44,059,182
53	\$5,288,804	\$508,390	\$5,797,194	\$38,770,378
54	\$5,349,831	\$447,364	\$5,797,194	\$33,420,547
55	\$5,411,561	\$385,633	\$5,797,194	\$28,008,986
56	\$5,474,004	\$323,190	\$5,797,194	\$22,534,982
57	\$ 5,537,168	\$260,027	\$5,797,194	\$16,997,814
58	\$5,601,060	\$196,134	\$5,797,194	\$11,396,754
59	\$5,665,689	\$131,505	\$5,797,194	\$5,731,065
60	\$5,731,065	\$66,130	\$5,797,194	\$0

Fuente: Elaboración propia.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	96 de 110

Cualquier empresa, al igual que un proyecto que se está formalizando, tiene la necesidad de crecer económicamente; con el fin de generar mayor riqueza la cual debe ser distribuida. El proyecto se financia a través de un préstamo proyectado a libre Inversión a 60 meses, como lo muestra el simulador con una cuota fija mensual, lo que haría parte de los gastos de la empresa y la proyección de pago con cada una de las cuotas con sus intereses amortizados de manera mensual.

8.4 Análisis del punto de equilibrio

NOMBRE DEL PRODUCTO	PRESUPUESTO DE VENTAS POR MES	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	PRECIO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	MARGEN PONDERADO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES
Gel-Crema Oil Control Toque Seco FPS 50+ es un protector	\$ 3,255,000	4.6%	\$ 108,500	\$ 37,975	\$ 70,525	\$ 3,240	11.073
Serum de doble acción con Thiamidol y Ácido Hialurónico.	\$ 2,250,000	3.2%	\$ 50,000	\$ 17,500	\$ 32,500	\$ 1,032	7.654
Eucerin Hyaluron Filler Contorno Ojos	\$ 3,213,700	4.5%	\$ 160,685	\$ 56,240	\$ 104,445	\$ 4,737	10.933
Eucerin Ph5 Oleogel de ducha	\$ 225,000	0.3%	\$ 15,000	\$ 5,250	\$ 9,750	\$ 31	0.765
Crema De Noche Anti Edad Eucerin Hyaluron Filler Serum Efecto Peeling	\$ 2,361,230	3.3%	\$ 236,123	\$ 82,643	\$ 153,480	\$ 5,115	8.033
Spray Facial Eucerin Hyaluron Mist	\$ 441,032	0.6%	\$ 55,129	\$ 19,295	\$ 35,834	\$ 223	1.500
Loción Facial Eucerin Hyaluron Filler Hydrating Booster	\$ 1,130,250	1.6%	\$ 113,025	\$ 39,559	\$ 73,466	\$ 1,172	3.845
Crema De Día Anti Edad Eucerin Hyaluron Filler Volume Lift Piel Normal	\$ 5,679,510	8.0%	\$ 189,317	\$ 66,261	\$ 123,056	\$ 9,864	19.321
Eucerin Dermocapillaire Tratamiento Anticaída	\$ 1,150,584	1.6%	\$ 95,882	\$ 33,559	\$ 62,323	\$ 1,012	3.914
Combo Eucerin Piel Grasa Dermopure Oil Control Gel + Fluido	\$ 3,219,465	4.5%	\$ 214,631	\$ 75,121	\$ 139,510	\$ 6,339	10.952
Crema Exfoliante Eucerin Dermopure Oil	\$ 2,181,560	3.1%	\$ 109,078	\$ 38,177	\$ 70,901	\$ 2,183	7.422
Protector Solar Eucerin Fps 50+ Fluido Facial Matificante	\$ 2,150,225	3.0%	\$ 86,009	\$ 30,103	\$ 55,906	\$ 1,697	7.315
Crema Facial Antienvejecimiento Eucerin Fps 25+ De	\$ 5,947,080	8.4%	\$ 148,677	\$ 52,037	\$ 96,640	\$ 8,111	20.232
Crema Reductora De Sensibilidad Eucerin Ph5	\$ 2,424,450	3.4%	\$ 80,815	\$ 28,285	\$ 52,530	\$ 1,797	8.248
Crema Humectante Retinol	\$ 4,270,545	6.0%	\$ 94,901	\$ 33,215	\$ 61,686	\$ 3,718	14.528
Mascarilla del Mar Muerto	\$ 3,655,600	5.2%	\$ 96,200	\$ 33,670	\$ 62,530	\$ 3,226	12.436
Protector Solar Ultra-Protection SPF 50	\$ 946,000	1.3%	\$ 94,600	\$ 33,110	\$ 61,490	\$ 821	3.218
Multi-Active 360 Contorno de Ojos	\$ 864,000	1.2%	\$ 86,400	\$ 30,240	\$ 56,160	\$ 685	2.939
Sérum Vitamina C + Silicio Orgánico	\$ 1,383,000	2.0%	\$ 92,200	\$ 32,270	\$ 59,930	\$ 1,170	4.705
Sérum Ácido Hialurónico + Silicio Orgánico	\$ 1,892,000	2.7%	\$ 94,600	\$ 33,110	\$ 61,490	\$ 1,642	6.437
Crema antiseñales 30+ noche	\$ 1,053,600	1.5%	\$ 131,700	\$ 46,095	\$ 85,605	\$ 1,273	3.584
Protector aclarador de manchas FPS 50	\$ 913,500	1.3%	\$ 60,900	\$ 21,315	\$ 39,585	\$ 510	3.108
Máscara de arcilla purificante	\$ 1,506,000	2.1%	\$ 75,300	\$ 26,355	\$ 48,945	\$ 1,040	5.123
Crema antiseñales 45+ noche	\$ 1,077,600	1.5%	\$ 134,700	\$ 47,145	\$ 87,555	\$ 1,332	3.666
Tónico detox hidratante	\$ 514,800	0.7%	\$ 42,900	\$ 15,015	\$ 27,885	\$ 203	1.751
Protector aclarador de manchas FPS 50	\$ 1,218,000	1.7%	\$ 60,900	\$ 21,315	\$ 39,585	\$ 680	4.144
Sérum intensivo pro-firmeza	\$ 2,070,000	2.9%	\$ 69,000	\$ 24,150	\$ 44,850	\$ 1,310	7.042
Gel crema protector facial FPS 50	\$ 446,000	0.6%	\$ 44,600	\$ 15,610	\$ 28,990	\$ 182	1.517
Kit protección antimanchas claro medio	\$ 623,700	0.9%	\$ 89,100	\$ 31,185	\$ 57,915	\$ 510	2.122
Hidratante para labios y áreas reseca	\$ 191,000	0.3%	\$ 19,100	\$ 6,685	\$ 12,415	\$ 33	0.650
Crema para afeitarse Homem Essence	\$ 223,000	0.3%	\$ 22,300	\$ 7,805	\$ 14,495	\$ 46	0.759
Desodorante antitranspirante roll-on hombre masculino	\$ 283,500	0.4%	\$ 18,900	\$ 6,615	\$ 12,285	\$ 49	0.964
protector solar Anthelios Pigmentation +50 Crema color	\$ 2,140,000	3.0%	\$ 107,000	\$ 37,450	\$ 69,550	\$ 2,101	7.280
Pure Vitamin C10	\$ 5,580,000	7.9%	\$ 186,000	\$ 65,100	\$ 120,900	\$ 9,521	18.983
Shampoo Anti-Caspa La Roche Posay Kerium DS Intensivo	\$ 523,425	0.7%	\$ 74,775	\$ 26,171	\$ 48,604	\$ 359	1.781
Shampoo para Cuero Cabelludo Sensible La Roche Posay Kerium Doux	\$ 782,904	1.1%	\$ 65,242	\$ 22,835	\$ 42,407	\$ 469	2.663
Bálsamo de Labios Cicaplast	\$ 193,800	0.3%	\$ 24,225	\$ 8,479	\$ 15,746	\$ 43	0.659
Gel de Manos Purificante 100 ml + Agua Termal	\$ 442,500	0.6%	\$ 29,500	\$ 10,325	\$ 19,175	\$ 120	1.505
Protector Solar Avène Fluido Spf 50+ Color Caja Con Frasco	\$ 797,400	1.1%	\$ 79,740	\$ 27,909	\$ 51,831	\$ 583	2.713
Despigmentante Rostro y Zonas Sensibles Dhems Caja Con Frasco	\$ 1,144,590	1.6%	\$ 76,306	\$ 26,707	\$ 49,599	\$ 801	3.894
Gel Limpiador Para Piel con Tendencia Acnéica Frasco	\$ 490,875	0.7%	\$ 32,725	\$ 11,454	\$ 21,271	\$ 147	1.670
TOTAL VENTAS	70,856,425	100%	\$ 3,666,685	\$ 1,283,340	\$ 2,383,345	\$ 79,126	241

Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio nos muestra la cantidad de productos que debo comercializar y que este no genere pérdidas o si las genera muestre cuantas unidades o dinero debe entrar, o buscar que tanto los gastos como los costos sean iguales o estén en equilibrio financiero, es decir el momento en que los ingresos por ventas son iguales a mis costos y sólo estoy sobreviviendo o viviendo al día sin tener utilidades.

8.5 Estado de resultados proyectados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
		2021	2022	2023
INGRESOS	Mes Inicial			
Ingresos Totales	\$70,856,425	\$212,569,275	\$1,110,143,039	\$1,445,406,236
Costo de Ventas	\$23,382,620	\$70,147,861	\$280,591,443	\$314,262,416
UTILIDAD BRUTA	\$47,473,805	\$142,421,414	\$829,551,596	\$1,131,143,820
Gastos				
Nomina Personal	\$5,597,792	\$16,793,376	\$70,196,312	\$70,459,548
Gastos mensuales	\$13,475,528	\$57,219,959	\$245,723,643	\$249,695,514
Total, Gastos Administrativos	\$19,073,320	\$74,013,335	\$315,919,955	\$320,155,062
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$28,400,485	\$68,408,079	\$513,631,641	\$810,988,758

Fuente: Elaboración propia.

El estado de Pérdidas y ganancias como informe financiero además de permitirnos identificar el nivel de eficiencia de la empresa, nos sirve para la evaluación financiera proyectada de manera mensual inicialmente, luego la proyección a 3 años donde se muestra una utilidad positiva y con crecimiento económico buscando la realidad financiera de permanecer y crecer como empresa.


La rentabilidad de la misma depende de la proyección en ventas para que estas puedan suplir los gastos fijos mensuales.

El estado de resultados o de pérdidas y ganancias que se mostró en la tabla anterior nos muestra una utilidad viable para este proyecto.

La siguiente tabla nos muestra la viabilidad del proyecto analizado desde el Estado de Pérdidas Y Ganancias, donde el 33% de los ingresos corresponden al costo de los productos ofrecidos dejando un margen bruto del 67%, los gastos de personal de nómina con las prestaciones y provisiones mensuales arrojan un 8% de los ingresos mensuales, mientras que los gastos fijos representados en servicios públicos, dotaciones, obligaciones financieras y otros elementos necesarios para el funcionamiento serían del 19% del total de los ingresos por ventas, y el total de los gastos fijos mensuales nos arrojan un 27% del total de las ventas, mostrando control sobre los mismos. Con esto se observa una utilidad neta del 40% lo que es una utilidad muy atractiva para el proyecto mostrado.

INGRESOS	Mes Inicial	
Ingresos Totales	\$70,856,425	100%
Costo de Ventas	\$23,382,620	33%
UTILIDAD BRUTA	\$47,473,805	67%
Gastos		
Nomina Personal	\$5,597,792	8%
Gastos mensuales	\$13,475,528	19%
Total, Gastos Administrativos	\$19,073,320	27%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$28,400,485	40%

Fuente: Elaboración propia.

 Universidad Católica de Manizales <small>INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN</small>	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	100 de 110


9. Conclusiones y Recomendaciones:

Conclusiones

- Después de todos los análisis realizados y datos expuestos en este trabajo se pudo determinar que el proyecto “Dermasalud cuidamos de ti” es viable desde el punto de vista de mercados, financiero, operativo administrativo, legal y a nivel de riesgos. El estudio permite proyectar un modelo de negocio rentable, generador de empleo, mejorando la calidad de vida de los diferentes grupos de interés que tienen relación con el servicio.
- El análisis de mercado y la validación permiten encontrar evidencias que proyectan los productos para el cuidado personal como productos que son considerados como herramientas imprescindibles para la mayoría de las personas del segmento de mercado en el área de influencia, y por ende con alta demanda sobre todo por las problemáticas que solucionan.
- Las características operativas para la prestación del servicio son claves en la materialización de la propuesta de valor por la articulación de un modelo de negocio integrador a nivel de servicios de salud y de comercialización de productos que responde a necesidades reales del mercado, se destaca la incidencia en la calidad del servicio en la atención personalizada, el soporte tecnológico y la gestión de inventarios de productos especializados para el cuidado.




- La localización de la empresa es un factor favorable, ya que se encuentra en la zona más transitada del pueblo y donde se encuentra la gran mayoría de los negocios. La visibilidad que se tiene a lo lejos es un punto fuerte para llamar la atención de los clientes.
- Los conocimientos adquiridos desde la especialización administración de la salud son relevantes para el despliegue de este tipo de proyectos al demandar para el mismo procesos de gestión ya que estamos en capacidad de lograr un impacto social, gracias a la formación integral como administrador en Salud y la aplicación de los principios administrativos, formados con la capacidad de establecer, intervenir y ejecutar proyectos, con herramientas como lo son la planeación estratégica , una buena organización a nivel interior con el personal calificado para la ejecución de actividades y a nivel exterior con los proveedores certificados, ya que es clave tener la capacidad de dirigir como un verdadero jefe y líder de la empresa siendo un ejemplo.
- El montaje de una empresa es una tarea de mucho esfuerzo y dedicación, además demanda mucha responsabilidad por la posibilidad de generar empleo y por la posibilidad de poner en práctica todo el conocimiento adquirido en el proceso de formación permitiendo así el desarrollo de proyectos que contribuyan al fortalecimiento de los sectores económicos y por ende el fortalecimiento del país.
- Es muy importante como empresa identificar y administrar los riesgos, posterior a ello hacer un profundo análisis para tomar las precauciones y acciones pertinentes, ya que se puede empezar a clasificarlos y trabajar sobre cada uno según su origen y prioridad, creando estrategias para la mitigación y

 Universidad Católica de Manizales <small>INSTITUTO DE INVESTIGACION</small>	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	102 de 110


eliminación de factores de riesgos, para así evitar que las empresas se encuentren envueltas en situaciones negativas inesperadas.

- Financieramente es un proyecto viable, ya que después del estudio económico financiero realizado, se llega a la conclusión de que el negocio es rentable, analizado desde el estado de pérdidas y ganancias, donde el 33% de los ingresos corresponden al costo de los productos ofrecidos dejando un margen bruto del 67%. Además, la inversión inicial a la que tendrá que hacer frente la empresa no será de gran calibre debido a que la empresa se dedicará a la distribución y no se necesitarán grandes inversiones en activo inmovilizado, por lo que se espera que con el desarrollo normal de la empresa se pueda cubrir la inversión en los primeros años de actividad. Referente al punto de equilibrio la empresa lo encuentra ya que logra identificar el momento en que los ingresos por ventas son iguales a los costos y está se sostiene sin tener utilidades.
- Los productos para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y productos de belleza, son considerados como una herramienta indispensable para la mayoría de las mujeres y hombres de diferentes edades, de modo que son productos que se catalogan como productos de constante demanda.

 Universidad Católica de Manizales <small>INSTITUTO DE INVESTIGACION</small>	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	103 de 110

Recomendaciones

- Para las personas interesadas en la implementación de este tipo de proyectos, se recomienda investigar a nivel internacional, nacional, local y regional como es el mercado en el sector de la comercialización de los productos para el cuidado de la piel, cuero cabelludo y productos de belleza, ya que esta es una variable que incide en la apertura de este tipo de empresas, para este caso fue clave conocer las tendencias en el mundo a cerca de los productos de origen natural para satisfacer las diferentes necesidades de nuestros clientes y proponer un servicio innovador.
- Otra recomendación importante es conocer la norma constitucional, las leyes, normatividad, los códigos y normas tributarias aplicables para cada modelo empresarial que han sido promovidos por el órgano legislativo y demás entes encargados, esto con el fin de que la empresa esté constituida legalmente y su operatividad en el tiempo se haga de acuerdo a ley y así evitar contratiempos y problemas de índoles jurídicos, tributarios, comerciales y económicos.
- Para la gerencia de este tipo de empresas, se recomienda contar con la formación como administradores en salud, ya que esto permite una visión más amplia e integral de la responsabilidad social que implica educar en el marco del desarrollo de competencias para la vida.

	INFORME FINAL TRABAJO DE GRADO	Código:	PRS-F-63
		Versión:	2
		Página:	104 de 110

10. Bibliografía

colombiaturismoweb.com. (s.f.). Obtenido de *colombiaturismoweb.com*:
<http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/NARINO/MUNICIPIOS/CUMBAL/CUMBAL.htm>

DERMOFARMACIA. (2001). La piel en invierno Cuidado y protección. *ELSEVIER* , 65.

Durocher, L.-P. (s.f.). ENFERMEDADES DE LA PIEL. *ENCICLOPEDIA DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO*, 12.5 .

Firanews. (2012). La industria de la belleza . *Fira Barcelona* .

Hoz, J. V. (2007). ECONOMÍA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO . *BANCO DE LA REPUBLICA* .

Maribel Bautista Céspedes. (2005). *tesis*.

OSUNA, J. P. (28 de septiembre de 2024). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN. *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN. SOGAMOSO, BOYACA , COLOMBIA : ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS* .

propais . (s.f.). *Sector de Cosméticos en Colombia*. Propais .

sanitas. (s.f.). *sanitas* . Obtenido de sanitas:
<https://www.sanitas.es/sanitas/seguros/es/particulares/biblioteca-de-salud/prevencion-salud/la-importancia-de-cuidar-la-piel.html>

VALENCIA, U. P. (2014). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA*. Obtenido de UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA.

11. Anexos

Emprendimiento “Dermasalud, Cuidamos De Ti”

(Encuesta sobre cuidado personal)

1. Rango de edades en las que se encuentre usted maca con una X.

a. menos de 20 años

b. De 21 a 25 años

c. DE 26 a 30 años

d. De 30 a 35 años

e. De 36 a 40 años

f. De 41 a 45 años

g. De 45 a 50 años

h. De 51 a 55 años

i. De 56 a 60 años

j. De 61 a 65 años

k. De 65 a 70 años

l. Más de 70 años

2. ¿Con qué frecuencia acude usted a una tienda de productos para el cuidado personal? Marque con una X

a) cada 15 días

b) Una vez al mes

c) cada dos meses



d) una vez al año

e) nunca

3. ¿Qué servicios suele pedir en las tiendas para el cuidado personal? marque con una X.

a) Cuidado de piel

b) cuidado capilar

c) higiene personal

d) otros ¿cuáles? _____

4. ¿Considera que la marca de los productos es importante para el resultado final? marque con una X.

a) Si

b) no

c) no importa

5. ¿Cree que son mejores los productos naturales? ¿por qué?

6. ¿Sabe identificar una piel mixta, seca o grasa?

7. ¿Ha visitado el dermatólogo?

a) Si

b) no

¿Cada cuánto? _____

8. ¿Qué productos utiliza para el cuidado de su piel o cuero cabelludo?



9. ¿Cómo se siente emocionalmente cuando tiene problemas en la piel o cuero cabelludo?

10. ¿Prefiere que se le atienda por cita o por orden de llegada?

- a. con cita
- b. por orden de llegada
- c. no importa.

11. ¿Qué factores cree que son dañinos para la piel?

12. ¿Qué factores cree que son dañinos para el cuero cabelludo?

13. ¿Qué productos considera usted que no le debe faltar para el cuidado de la piel?

14. ¿Qué productos considera usted que no le debe faltar para el cuidado del cuero cabelludo?

15. ¿Qué productos de belleza son los que compra con frecuencia?

16. ¿Cuándo compra un producto para el cuidado de la piel o el cuero cabelludo lee los ingredientes del producto?

- a. Siempre
- b. algunas veces
- c) nunca

22. ¿Cuál es su ocupación? _____

23. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales? Marque con una X.

- a. menor de SMMLV (\$908.526)
- b. igual a un SMMLV (\$908.526)
- c. mayor a un SMMLV (\$908.526)

Nota: Cabe destacar que según el Programa al que se encuentre adscrito el estudiante y el nivel de desarrollo de la idea de negocios se le solicitará el nivel de profundización en los ítems.

Elaboró	Revisó	Aprobó	Fecha de vigencia:
Dirección de Investigaciones y Posgrados Coordinación de investigación e innovación Unidad de Emprendimiento	Vicerrectoría Académica Dirección de Aseguramiento de la Calidad Dirección de Planeación	Rectoría	Enero de 2015

CONTROL DE CAMBIOS

ITEM	MODIFICACIÓN
<p>Plan de gestión de riesgos</p> <p>Plan Financiero</p>	<p>Descripción de los ítems para guiar a los estudiantes en la construcción del informe final</p> <p>Nota: Cabe destacar que según el Programa al que se encuentre adscrito el estudiante y el nivel de desarrollo de la idea de negocios se le solicitará el nivel de profundización en los ítems.</p> <p>Análisis Pestal: en una tabla realizar el análisis político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal.</p> <p>Análisis DOFA: en una tabla presentar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.</p> <p>6.1 Impacto Económico</p> <p>6.2 Impacto Social</p> <p>6.3 Impacto Ambiental</p> <p>7.8 Análisis de indicadores financieros</p>