

ESTUDIO DE MERCADO

Presentado por:

Valentina Córdoba Puentes

Brayan Stick Barbosa Cendales

Ruby Marcela Rodríguez Reina

Graciela Alzate Lozano

Presentado a:

Max Antonio Caicedo Guerrero

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS Y
ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS VIRTUAL
BOGOTÁ
2024**

Tabla de contenido

1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	4
1.1 Objetivo General	4
1.2 Objetivos Específicos	4
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	5
3.1 Análisis de Mercado	6
3.2. Análisis de la Competencia	9
4. ESTRATEGIAS DE MERCADO	11
4.1 Concepto del Producto ó Servicio	12
4.2 Estrategias de Distribución	13
4.3 Estrategias de Precio	14
4.4 Estrategias de Promoción	15
4.5 Estrategias de Comunicación	17
4.6 Estrategias de Servicio	20
4.7 Estrategias de Marketing Digital	22
4.8 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	25
4.9 Estrategias de Aprovisionamiento	26
5. PROYECCIÓN DE VENTAS Y POLÍTICAS DE CARTERA	27
5.1 Proyección de Unidades y valores de ventas	27

6. MÓDULO DE OPERACIÓN -----	31
6.1 Ficha Técnica del Producto ó Servicio -----	31
6.2 Descripción del Proceso-----	33
6.3 Necesidades y Requerimientos para la fabricación del producto -----	35
6.4 Plan de Producción -----	36
6.5 Plan de Compras (requerimiento de Compras para la producción proyectada -----	39
6.6 Costos de Producción -----	40
6.7 Infraestructura -----	41
7. MÓDULO DE ORGANIZACIÓN -----	43
7.1 Análisis DOFA -----	43
7.2 Organismos de Apoyo -----	44
7.3 Estructura Organizacional -----	48
7.4 Constitución Empresa y Aspectos Legales -----	51
7.5 Gastos administrativos -----	54
7.5.1 Consolidación Gastos de Personal -----	54
7.5.2 Gastos de Puesta en Marcha. -----	55
7.5.3 Gastos Anuales de Administración -----	56

1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Implementar un shampoo a base de café que cumpla con beneficios ofreciendo una alternativa atractiva en el mercado de productos para el cuidado del cuero cabelludo.

1.2 Objetivos Específicos

- Diseñar y establecer un presupuesto de mezcla de mercado que permita reducir los costos operativos del producto.
- Identificar segmentos específicos del mercado que podrían estar más interesados en un shampoo a base de café, como consumidores conscientes del medio ambiente o aquellos preocupados por los beneficios para el cabello.
- Desarrollar e implementar estrategias que incluyan publicidad, relaciones públicas, marketing digital con el fin de promover el producto.

2. Justificación del proyecto

Decidimos dar a conocer el shampoo a base de café y sus beneficios que tiene, para llevar a cabo primeramente diferentes aspectos, que cuenta con una fuente de propiedades que permite establecer nuevas tendencias emergentes en el mercado de productos para el cuidado personal, como el aumento de la preferencia por productos naturales y sostenibles.

Aspectos Sociales

Nuestro producto será asequible para personas de cualquier nivel económico, teniendo en cuenta si es rentable los costos de producción, distribución y marketing.

Aspectos Económicos

Evaluar los canales de distribución y comercialización disponibles en Colombia para llegar al público objetivo, como tiendas minoristas, online, salones de belleza, entre otros

Aspectos Ambientales

El shampoo actúa como un exfoliante natural, eliminando el exceso de grasa y residuos de productos capilares. Agregar café al shampoo puede proporcionar ciertos beneficios su textura granulada puede actuar como un exfoliante suave, eliminando el exceso de células muertas del cuero cabelludo y promoviendo una mejor circulación sanguínea, causa posible estimulación del cuero cabelludo debido a la acción de masaje durante el lavado.

Utilizaremos envases ecológicos, para que los consumidores tomen conciencia, debido a que muchas personas no envasan los productos y lo que hacen es desecharlos, esto hace que afectemos el medio ambiente.

3. Investigación de Mercado

Los productos como el shampoo está experimentando un crecimiento significativo debido al mayor gasto en productos para el cuidado del cabello entre los consumidores, nos damos cuenta que muchas personas cuentan con algún problema en su cabello ya sea quebrado, caspa o caída nuestro producto, es beneficioso para estas mismas porque, la cafeína ha demostrado tener efectos desde estimular el crecimiento del cabello hasta combatir la caída, el café ofrece una gama de beneficios que pueden convertirlo en un aliado indispensable en tu arsenal de belleza. Esto se presenta de forma clara y transparente para que los consumidores tomen decisiones de adquirir nuestro producto.

3.1 Análisis de Mercado

Los beneficios del café para el cabello, la ciencia sugiere que sus propiedades antioxidantes y estimulantes pueden contribuir positivamente a la salud y el crecimiento del cabello.

La demanda del shampoo a base de café está aumentando debido a la creciente conciencia sobre los productos naturales y libres de químicos

Definición del Mercado Objetivo

Concepto	Descripción
Definición del mercado Objetivo	Consumidor con un poder adquisitivo de diferentes estratos que brindan la necesidad de adquirir un producto con diferentes beneficios.
Justificación del mercado Objetivo	Este alimento que se toma en forma de bebida se adapta para incrementar un producto como el shampoo con propiedades y beneficios el cual le ofrece a los clientes principalmente cafeína, aceites, aminoácidos, minerales y vitaminas.
Tamaño del mercado	Se estima un mercado potencial del 10 % de la población en la ciudad de Bogotá este

	<p>grupo está conformado por hombres y mujeres con ingresos de hasta un salario mínimo en Colombia , consumidores que puedan encontrar un producto confiable que se lograra comercializar a nivel nacional.</p>
Características Demograficas-economicas	<p>El producto rinde hasta 3 veces más que un shampoo convencional a un precio cómodo.</p>
Rango de Edad,nivel socioeconómico	<p>Consumidor de cualquier nivel socioeconómico, el producto lo podrá utilizar personas adultas y adolescentes que cumplan con los pasos establecidos.</p>
Consumo por Capita	<p>Un shampoo de café elaborado 100% con ingredientes naturales, Producto novedoso amigable con el medio ambiente , Precio competitivo.</p>
Magnitud de la necesidad, importancia	<p>La importancia de sus ingredientes serán componentes naturales que son accesibles y pueden conseguirse fácilmente en el mercado, al igual que por su proceso de elaboración artesanal no conlleva grandes esfuerzos económicos en su producción</p>

Estimación del segmento de mercado	Se analiza que el champú con propiedades de anti caspa y con diferentes beneficios a pesar de la competencia sea el segmento de más rápido crecimiento dentro del mercado de champús, impulsado por el aumento de los problemas de pérdida de cabello entre las personas debido a los cambios en los estilos de vida, las malas condiciones de higiene y la exposición ambiental con niveles crecientes de contaminación.
Nicho de mercado	Las redes sociales serán una pieza esencial de estrategia de marketing porque no sólo nos permitirá contactar con nuestros clientes , sino que, además, con ellas podemos aumentar el reconocimiento de nuestra marca y, con ello, atraer clientes potenciales, lo que se traduce en un incremento para las ventas.
Perfil del consumidor	Consumidores con diferentes estratos que estén interesados en un producto con diferentes propiedades y que sientan la necesidad de poder aumentar el crecimiento del cabello, evitar la caspa, puntas

	quebradizas y caída del cabello.
Productos sustitutos y complementarios	Será un producto para el cuidado del cabello con ingredientes naturales, libre de sulfatos, fosfatos, sales y parabenos. Tendrá una opción para suplir las necesidades de cada cuero cabelludo.

Fuente. Elaboración propia

3.2 Análisis de la Competencia

El shampoo a base de café es ideal para las personas que realizan tratamientos en su cabello, como teñido, alisado, keratinas, ayudando a cuidar sus procesos. Este tipo de shampoo, no tiene ninguna contraindicación, por el contrario ofrece beneficios como lucir un cabello largo, abundante, suave y brillante.

Nuestro propósito es ingresar a la línea de la belleza con un producto de cuidado capilar de limpieza profunda que eliminará toda impureza desde la primera lavada y nutrirá con los componentes que tiene el café. Nuestro Shampoo trabajará en cada hebra penetrando en la cutícula.

Análisis de la competencia de shampoo a base de café:

Mercado

- Tendencia creciente en productos de cuidado personal naturales y sostenibles.
- Demanda en aumento por productos con ingredientes orgánicos y sin químicos agresivos.
- Mercado objetivo: consumidores conscientes del medio ambiente y la salud.

Competidores directos

1. Briogeo: Shampoo a base de café y aceite de coco.
2. The Body Shop: Shampoo a base de café y aceite de argán.
3. Lush: Shampoo a base de café y aceite de jojoba.

Competidores indirectos

1. Pantene Pro-V: Shampoo con proteínas y vitaminas.
2. Garnier: Shampoo con aceite de argán y extractos naturales.
3. Aveda: Shampoo con ingredientes naturales y orgánicos.



Fuente. Elaboración propia

Estrategia de marketing

1. Enfocarse en beneficios para el cabello y el medio ambiente.
2. Utilizar redes sociales y contenido de calidad.
3. Colaborar con influencers y bloggers de belleza.
4. Ofrecer promociones y descuentos para atraer clientes.
5. Desarrollar una identidad de marca fuerte y auténtica.

Estrategia de precios

1. Precio premium para reflejar calidad e ingredientes naturales.
2. Ofrecer tamaños y presentaciones variadas para adaptarse a diferentes presupuestos.
3. Considerar programas de fidelidad y descuentos para clientes recurrentes.

Este análisis proporciona una visión general de la competencia en el mercado de shampoo a base de café y ofrece recomendaciones para una estrategia efectiva de marketing y precios.

4. Estrategias de mercado

Una estrategia de mercado para un Shampoo de café podría incluir:

Posicionamiento: Presentar el Shampoo de café como un producto innovador y natural que aporta beneficios adicionales para el cabello y el cuero cabelludo.

Segmentación: Dirigirse a consumidores interesados en productos naturales y orgánicos, amantes del café y personas con problemas de cabello como la caída o la sequedad.

Ventajas competitivas: Resaltar la presencia de cafeína, que puede ayudar a estimular el crecimiento del cabello y reducir la caída.

Comunicación: Utilizar canales digitales y redes sociales para llegar a la audiencia objetivo, destacando la experiencia sensorial del champú de café y sus beneficios.

Envase: Diseñar un envase atractivo que refleje la esencia del café y sea atractivo para los consumidores.

Asociaciones: Colaborar con influencers de belleza y estilistas para promocionar el producto y llegar a una audiencia más amplia.

4.1 Concepto del Producto ó Servicio

El Shampoo de café es un producto de cuidado capilar que utiliza el café como ingrediente principal. El café contiene cafeína, antioxidantes y otros compuestos que pueden proporcionar beneficios para el cabello y el cuero cabelludo, como:

- Estimular el crecimiento del cabello
- Reducir la caída del cabello
- Mejorar la circulación sanguínea en el cuero cabelludo
- Proteger contra daños oxidativos y radicales libres
- Aportar brillo y suavidad al cabello
- Ayudar a reducir la grasa y el aceite en el cabello

El Shampoo de café puede ser especialmente beneficioso para personas con problemas de cabello como la alopecia, la caída del cabello, la sequedad o la falta de brillo. Además, el aroma del café puede ser agradable y refrescante.

Es importante destacar que, al igual que con cualquier producto de cuidado capilar, los resultados pueden variar de persona a persona y es recomendable realizar una prueba de alergia antes de usar el Shampoo de café.

4.2 Estrategias de Distribución

Los canales de distribución para nuestro producto son:

Venta directa por catálogo virtual: Vender el producto a través de la página web oficial, redes sociales y eventos.

Tiendas especializadas en productos naturales: Colocar el producto en establecimientos que se enfocan en productos orgánicos y naturales.

Distribución de nuestro producto:

Distribución selectiva: Seleccionar cuidadosamente los canales de distribución para asegurar que el producto llegue a la audiencia objetivo.

Distribución intensiva: Colocar el producto en la mayor cantidad de canales de distribución posible para maximizar la visibilidad.

Distribución exclusiva: Establecer acuerdos exclusivos con ciertos canales de distribución para limitar la competencia.

Exhibidores y displays: Crear exhibidores atractivos para llamar la atención de los consumidores.

Promociones y descuentos: Ofrecer promociones y descuentos especiales para incentivar la compra.

4.3 Estrategias de Precio

Para definir el precio de nuestro producto tendremos en cuenta los siguientes objetivos:

1. Maximizar las ganancias
2. Atraer a la audiencia objetivo
3. Posicionar el producto en el mercado
4. Competir con productos similares

Estrategias de precio:

1. Precios altos: Establecer un precio alto para reflejar la calidad y exclusividad del producto.
2. Precios competitivos: Establecer un precio similar al de los productos competidores.
3. Precios promocionales: Ofrecer precios bajos durante un período determinado para atraer a nuevos clientes.
4. Precios de lanzamiento: Establecer un precio bajo inicialmente para atraer a clientes y luego aumentarlo.

4.4 Estrategias de Promoción

Segmentación de Clientes:

- Clientes Potenciales: Identificar consumidores interesados en productos naturales, orgánicos y de cuidado personal. Esto incluye a personas preocupadas por el medio ambiente y la salud del cabello.

- Clientes Especiales: Crear un programa de fidelización para salones de belleza y estilistas que utilicen el shampoo, ofreciendo descuentos por volumen o productos gratis para pruebas.

Canales de Distribución:

- Tiendas Físicas: Negociar con tiendas de productos de belleza y supermercados saludables para la distribución.

- E-commerce: Crear una tienda en línea y aprovechar plataformas como Amazon o Etsy para llegar a un público más amplio.

- Redes Sociales: Utilizar Instagram y Facebook para promocionar, mostrando resultados visuales y testimonios de clientes.

Manejo de Clientes Especiales:

- Establecer relaciones sólidas con salones de belleza para que recomienden el producto.
- Ofrecer capacitación sobre el uso del producto y sus beneficios para que los estilistas puedan promoverlo mejor.

Conceptos Especiales para Motivar la Venta

- Muestras Gratis: Ofrecer muestras en eventos de belleza o a través de influencers en redes sociales para incentivar el uso del producto.

- Descuentos por Primera Compra: Implementar un descuento atractivo para nuevos clientes que compren el shampoo por primera vez.
- Promociones Cruzadas: Colaborar con marcas de café o productos de belleza complementarios para ofertas especiales.

Cubrimiento Geográfico Inicial y Expansión

- Fase Inicial: Comenzar en áreas metropolitanas donde hay mayor interés en productos naturales y de belleza.
- Expansión: Después de establecer una base de clientes sólida, expandirse a otras ciudades y regiones, utilizando datos de ventas y retroalimentación del cliente para identificar áreas con potencial de crecimiento.

Presupuesto de Promoción

- Costo Estimado de Lanzamiento:
- Publicidad Digital: \$500.000 en campañas de redes sociales.
- Eventos de Lanzamiento: \$800.000 para organizar eventos de presentación del producto.
- Muestras y Muestras Gratuitas: \$500.000 para producción y distribución.
- Material de Punto de Venta: \$200.000 para folletos y exhibidores en tiendas.
- Total Estimado: \$2.000.000 para el lanzamiento.

Precio de Lanzamiento y Comportamiento Esperado del Precio

- Precio de Lanzamiento: Establecer un precio competitivo en el rango de \$15.500-\$18.500 por botella de shampoo de café.
- Comportamiento Esperado del Precio:
- Tasa de Crecimiento: Se espera un crecimiento del 10-15% en ventas durante los primeros seis meses, impulsado por la promoción y el marketing efectivo.
- Ajustes de Precio: Considerar incrementos de precio del 5% anual basado en el costo de producción y la demanda del mercado.

4.5 Estrategias de Comunicación

Estrategia de Difusión

Definición del Mensaje:

- Crear un mensaje claro y atractivo que resalte los beneficios del shampoo de café, como su capacidad para revitalizar el cabello, proporciona brillo y sus propiedades naturales.

Identificación de Públicos Objetivo:

- Segmentos como consumidores de productos ecológicos, amantes del café, personas con interés en el cuidado del cabello y profesionales de la belleza.

Tácticas de Comunicación

Redes Sociales:

- Plataformas: Utilizar Instagram, Facebook y TikTok para llegar a una audiencia amplia.

- Contenido: Publicar fotos, videos de tutoriales, testimonios de clientes y contenido generado por usuarios (UGC) para crear una comunidad en torno al producto.

- Costo Estimado: \$800.000 para publicidad pagada y producción de contenido.

Influencers y Colaboraciones:

- Estrategia: Colaborar con influencers en el ámbito de la belleza y el cuidado personal que resuenen con la filosofía de la marca.

- Justificación: Los influencers tienen la capacidad de llegar a audiencias específicas y generar confianza a través de recomendaciones auténticas.

- Costo Estimado: \$6.000.000 para compensar a influencers y costos de productos para reseñas.

Marketing de Contenidos:

- Blog y Artículos: Crear un blog en el sitio web que hable sobre los beneficios del café para el cabello y consejos de cuidado.

- SEO: Optimizar el contenido para motores de búsqueda para atraer tráfico orgánico.

- Costo Estimado: \$4.000.000 para la creación de contenido y optimización SEO.

Publicidad Digital:

- Anuncios en Google y Facebook: Ejecutar campañas de PPC (pago por clic) para atraer tráfico a la página de compra.

- Justificación: Estos anuncios permiten segmentar audiencias específicas y medir el retorno de inversión de manera efectiva.

- Costo Estimado: \$1.500.000 para campañas durante los primeros meses.

Eventos y Ferias:

- Participación: Asistir a ferias de belleza y salud para presentar el producto y realizar demostraciones en vivo.

- Costo Estimado: \$450.000 para la inscripción en eventos y materiales promocionales.

Razones para la Utilización de Medios y Tácticas

- Alcance y Segmentación: Los medios digitales permiten una segmentación precisa, alcanzando a públicos específicos que están más propensos a interesarse en el producto.

- Interacción y Engagement: Las redes sociales fomentan la interacción directa con los consumidores, lo que ayuda a construir una comunidad leal y activa.

- Credibilidad: Las recomendaciones de influencers generan confianza y pueden influir en las decisiones de compra de sus seguidores.

- Educación del Consumidor: A través del marketing de contenidos, se puede educar al público sobre los beneficios del café y cómo el producto se integra en su rutina de belleza.

Justificación de Costos

- Total Estimado de Costos de Comunicación: \$12.750.000

- Redes Sociales: \$800.000
- Influencers: \$6.000.000
- Marketing de Contenidos: \$4.000.000
- Publicidad Digital: \$1.500.000
- Eventos: \$450.000

4.6 Estrategias de Servicio

Procedimientos para Otorgar Garantías y Servicios Postventa

Política de Garantía:

- Cobertura: Se ofrecerá una garantía de satisfacción de 30 días. Si el cliente no está satisfecho con los resultados, puede devolver el producto para un reembolso completo.

- Proceso de devolución: Se Facilitará el proceso de devolución mediante un formulario en línea que los clientes pueden completar para iniciar el reembolso. Proporcionar una dirección de envío para la devolución del producto.

Servicios Postventa:

- Seguimiento: Después de la compra, se enviará un correo electrónico de seguimiento agradeciendo al cliente y solicitando comentarios sobre el producto.

- Recomendaciones: Se ofrecerá recomendaciones personalizadas sobre el uso del shampoo y otros productos complementarios, basadas en la retroalimentación del cliente.

Mecanismo de Atención a Clientes

Canales de Atención:

- Teléfono: Se proporcionará un número de atención al cliente donde los consumidores puedan hacer consultas.

- Correo Electrónico: Se establecerá una dirección de correo electrónico dedicada a consultas y quejas.

- Chat en Vivo: Se implementará un sistema de chat en vivo en la página web para resolver consultas en tiempo real.

- Redes Sociales: Se utilizarán plataformas como Facebook e Instagram para interactuar con clientes y responder preguntas.

Tiempo de Respuesta:

- Compromiso: Se establecerá un tiempo de respuesta de 24 horas para correos electrónicos y consultas en redes sociales, y de 1 hora para el chat en vivo.

Formas de Pago de la Garantía Ofrecida

- Reembolsos: Los reembolsos se procesarán a través del mismo método de pago utilizado en la compra. Esto incluye tarjetas de crédito, PayPal, entre otros.

- Créditos de Tienda: Ofrecer la opción de recibir un crédito de tienda en lugar de un reembolso, incentivando así una nueva compra.

Comparación de Políticas de Servicio con la Competencia

Briogeo:

- Garantía: Ofrecen una garantía de 14 días, lo que limita la satisfacción del cliente en comparación con la garantía de 30 días.
- Atención al Cliente: Solo ofrecen soporte a través de correo electrónico, sin chat en vivo.
- Proceso de devolución: Requieren que el cliente pague el envío de devolución, lo que puede desincentivar a los consumidores.

The Body Shop:

- Garantía: Proporcionan una garantía de satisfacción similar de 30 días, pero su proceso de devolución es más complicado y requiere varios pasos.
- Atención al Cliente: Ofrecen atención telefónica, pero con tiempos de espera prolongados.
- Mecanismo de Reembolso: Solo ofrecen reembolsos en forma de crédito de tienda, lo que limita las opciones de los consumidores.

4.7 Estrategias de Marketing Digital

Estrategia de Marketing Digital

Definición de Objetivos:

- Aumentar la visibilidad de la marca en un 30% en los primeros seis meses.
- Generar un incremento del 20% en las ventas online en el primer año.

- Construir una comunidad activa en redes sociales con al menos 5,000 seguidores en el primer año.

Creación de un Sitio Web Optimizado:

- Diseño atractivo: Se desarrollará un sitio web visualmente atractivo, fácil de navegar y optimizado para dispositivos móviles.

- SEO: Se implementarán técnicas de optimización para motores de búsqueda (SEO) que incluyan la investigación de palabras clave relevantes como "shampoo de café", "cuidado del cabello natural", etc.

- Blog: Se incluirá un blog que ofrezca contenido útil relacionado con el cuidado del cabello y los beneficios del café, ayudando a atraer tráfico orgánico.

Publicidad en Redes Sociales:

- Plataformas: Se utilizará Facebook, Instagram y TikTok para promocionar el producto.

- Anuncios Pagados: Se crearán anuncios segmentados que muestran imágenes del producto, testimonios de usuarios y promociones especiales. Utilizar formatos como carruseles y videos cortos para mayor impacto.

- Retargeting: Se implementarán campañas de retargeting para volver a captar a usuarios que visitaron el sitio web pero no realizaron una compra.

Estrategia de Contenido:

- Videos Tutoriales: Se creará contenido en video que muestre cómo utilizar el shampoo de café y los resultados esperados, compartiéndolo a través de YouTube e Instagram.

- Contenido Generado por Usuarios (UGC): Se fomentará que los clientes compartan sus experiencias usando el producto en redes sociales, utilizando un hashtag específico y ofreciendo incentivos como sorteos.

Email Marketing:

- Boletines Informativos: Se creará una lista de correos electrónicos mediante la captación de clientes a través de la web y redes sociales. Enviar boletines con contenido útil, promociones y novedades de productos.

- Automatización: Se utilizará herramientas de automatización para enviar correos de seguimiento a clientes que hayan realizado una compra, así como recordatorios a aquellos que abandonaron el carrito.

Colaboraciones con Influencers:

- Selección de Influencers: Se identificará influencers en el nicho de belleza y cuidado personal que resuenen con la marca y tengan un público comprometido.

- Campañas de Reseñas: Se enviará productos a influencers para que realicen reseñas y muestran el uso del shampoo en sus plataformas.

Análisis y Optimización:

- Métricas de Rendimiento: Se utilizarán herramientas de análisis como Google Analytics y métricas de redes sociales para monitorear el rendimiento de las campañas.

- Ajustes: Se realizará ajustes basados en el rendimiento, optimizando anuncios, contenido y tácticas según los datos recolectados.

4.8 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo

Construya un presupuesto de cada una de las estrategias de Mercadeo definidas (producto, promoción, publicidad, servicio, marketing digital, hágalo en una tabla resumen) (Ver Anexo Presupuesto plan de Mercadeo)

Construir un presupuesto detallado para cada estrategia de marketing es fundamental para que el lanzamiento de un shampoo a base de café se exitoso

Se realiza presupuesto con costos aproximados para cada ítem relacionado

Estrategia de Marketing	Actividades Clave	Costos Estimados	Observaciones
Producto	Desarrollo de la fórmula	\$2.000.000-\$3.000.000	La inversión inicial significativa, pero fundamental para la calidad y posicionamiento del producto.
	Diseño del envase	\$2.000-\$5.000 x und	
	Pruebas de calidad	\$3.000.000-\$5.000.000	
	Certificaciones	\$2.000.000-\$3.000.000 x certificado	
Promoción	Muestras gratuitas	\$400.000-\$500.000 x lote de muestras	Los costos son variable,s según el alcance y la duración de las promociones.
	Adecuación de espacio para lanzamiento	\$600.000-\$7.000.000	
	Eventos de degustación	\$300.000-\$450.000	
Publicidad	Campañas en redes sociales	\$2.000.000-\$5.000.000 x campaña	Los costos son elevados, pero con un alto potencial de alcance y generación de marca.
	Publicidad en medios tradicionales (TV, radio, prensa),	\$3.000.000-\$6.000.000 x pauta	
	Marketing por medio de influencers	\$1.500.000-\$6.000.000 x pauta	
Servicio	Plataforma para atención al cliente	\$1.500.000-3.000.000	Los costos son recurrentes para mantener un alto nivel de servicio y fidelizar a los clientes.
	Programas de fidelización	\$400.000-\$500.000	
	Servicio post-venta	\$200.000-\$300.000	
Marketing Digital	Creación de sitio web	\$2.500.000-\$4.000.000	Los costos son variables según las herramientas y plataformas utilizadas.
	Marketing por medio de email	\$600.000-\$700.000 x año	
	Redes sociales	\$500.000-\$800.000 x semestre	

Nota: El cuadro es de autoría propia y se encuentra guardado en el drive, su enlace para visualizarlo es:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GIsCsXMW8FscJnEHJFITBo8mL3KYsc9v/edit?usp=s
haring&ouid=114621275857471111879&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GIsCsXMW8FscJnEHJFITBo8mL3KYsc9v/edit?usp=ssharing&ouid=114621275857471111879&rtpof=true&sd=true)

4.9 Estrategias de Aprovisionamiento

Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos

-Forma de aprovisionamiento: La forma de aprovisionamiento será compra directa a fabricantes, ya que adquirir los ingredientes e insumos necesarios para la producción directamente de los fabricantes genera unos costos más competitivos, pero también se debe tener en cuenta que esto requiere una gestión más rigurosa de la cadena de suministro.

-Precios de adquisición: Al ser un producto que será elaborado con las materias primas de mejor calidad, los precios serán un poco elevados, ya que los proveedores son los más cotizados en el mercado

-Políticas crediticias de los proveedores: Todos los proveedores con los tenemos alianzas comerciales, manejan descuentos por pronto pago, se pueden obtener descuentos si se paga dentro de un plazo determinado (por ejemplo, 2% de descuento si se paga en 15 días); también manejan descuentos por volumen; Los proveedores ofrecen descuentos por la compra de grandes volúmenes de productos.

-Plazos que se tiene para efectuar los pagos: El plazo que tenemos para realizar los pagos a nuestros proveedores es de 30 a 60 días.

-Descuentos: Nuestros proveedores nos ofrecen descuentos de hasta 5% de la compra si el pago se realiza dentro de los siguientes 15-20 días.

5. Proyección de ventas y políticas de cartera

5.1 Proyección de Unidades y valores de ventas

Mediante la construcción de una tabla, realice la proyección de ventas a 5 años, (en Unidades y en pesos \$). Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los incrementos planteados para cada año.

Determine los ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Explique cuál es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado.

Se realiza construcción de proyección de ventas a 5 años teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS	
Precio del Shampoo	\$18.500 por unidad.
Demanda Inicial Mensual	300 unidades.
Variación Estacional	El shampoo tiene una demanda alta durante todo el año
Periodo de Proyección	Mensual durante 5 años.

y este fué el resultado obtenido:

Año 1:

Año	Mes	Unidades Ventidas	Valor x und	Ingresos Totales
1	Enero	300	\$18.500	\$ 5.550.000
1	Febrero	200	\$18.500	\$ 3.700.000
1	Marzo	320	\$18.500	\$ 5.920.000
1	Abril	350	\$18.500	\$ 6.475.000
1	Mayo	285	\$18.500	\$ 5.272.500
1	Junio	270	\$18.500	\$ 4.995.000
1	Julio	310	\$18.500	\$ 5.735.000
1	Agosto	360	\$18.500	\$ 6.660.000
1	Septiembre	296	\$18.500	\$ 5.476.000
1	Octubre	375	\$18.500	\$ 6.937.500
1	Noviembre	299	\$18.500	\$ 5.531.500
1	Diciembre	315	\$18.500	\$ 5.827.500
1	Total Año 1	3.680		\$ 68.080.000

Año 2:

Año	Mes	Unidades Ventidas	Valor x und	Ingresos Totales
2	Enero	100	\$18.500	\$ 1.850.000
2	Febrero	105	\$18.500	\$ 1.942.500
2	Marzo	200	\$18.500	\$ 3.700.000
2	Abril	115	\$18.500	\$ 2.127.500
2	Mayo	300	\$18.500	\$ 5.550.000
2	Junio	325	\$18.500	\$ 6.012.500
2	Julio	325	\$18.500	\$ 6.012.500
2	Agosto	312	\$18.500	\$ 5.772.000
2	Septiembre	296	\$18.500	\$ 5.476.000
2	Octubre	275	\$18.500	\$ 5.087.500
2	Noviembre	289	\$18.500	\$ 5.346.500
2	Diciembre	300	\$18.500	\$ 5.550.000
2	Total Año 2	2.942		\$ 54.427.000

Año 3:

Año	Mes	Unidades Vendidas	Valor x und	Ingresos Totales
3	Enero	255	\$18.500	\$ 4.717.500
3	Febrero	285	\$18.500	\$ 5.272.500
3	Marzo	285	\$18.500	\$ 5.272.500
3	Abril	241	\$18.500	\$ 4.458.500
3	Mayo	265	\$18.500	\$ 4.902.500
3	Junio	299	\$18.500	\$ 5.531.500
3	Julio	300	\$18.500	\$ 5.550.000
3	Agosto	311	\$18.500	\$ 5.753.500
3	Septiembre	311	\$18.500	\$ 5.753.500
3	Octubre	324	\$18.500	\$ 5.994.000
3	Noviembre	325	\$18.500	\$ 6.012.500
3	Diciembre	330	\$18.500	\$ 6.105.000
3	Total Año 3	3.531		\$ 65.323.500

Año 4:

Año	Mes	Unidades Vendidas	Valor x und	Ingresos Totales
4	Enero	299	\$18.500	\$ 5.531.500
4	Febrero	274	\$18.500	\$ 5.069.000
4	Marzo	320	\$18.500	\$ 5.920.000
4	Abril	258	\$18.500	\$ 4.773.000
4	Mayo	320	\$18.500	\$ 5.920.000
4	Junio	322	\$18.500	\$ 5.957.000
4	Julio	358	\$18.500	\$ 6.623.000
4	Agosto	341	\$18.500	\$ 6.308.500
4	Septiembre	340	\$18.500	\$ 6.290.000
4	Octubre	299	\$18.500	\$ 5.531.500
4	Noviembre	308	\$18.500	\$ 5.698.000
4	Diciembre	304	\$18.500	\$ 5.624.000
4	Total Año 4	3.743		\$ 69.245.500

Año 5:

Año	Mes	Unidades Vendidas	Valor x und	Ingresos Totales
5	Enero	304	\$18.500	\$ 5.624.000
5	Febrero	352	\$18.500	\$ 6.512.000
5	Marzo	382	\$18.500	\$ 7.067.000
5	Abril	320	\$18.500	\$ 5.920.000
5	Mayo	185	\$18.500	\$ 3.422.500
5	Junio	195	\$18.500	\$ 3.607.500
5	Julio	300	\$18.500	\$ 5.550.000
5	Agosto	375	\$18.500	\$ 6.937.500
5	Septiembre	387	\$18.500	\$ 7.159.500
5	Octubre	359	\$18.500	\$ 6.641.500
5	Noviembre	365	\$18.500	\$ 6.752.500
5	Diciembre	374	\$18.500	\$ 6.919.000
5	Total Año 5	3.898		\$ 72.113.000

Nota: Las imágenes son de autoría propia y se encuentran guardados en el Drive, el link para visualizar es:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wnRCdq_jGbid_vfBjRaRXstLNJEVIMob/edit?usp=sharing&ouid=114621275857471111879&rtpof=true&sd=true

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se determina que el promedio de ventas anual es de 3.559 unidades de shampoo y esto es igual a un promedio de \$65.837.800 en ventas durante este periodo de 5 años.

Posterior a esto, se realiza una proyección de ventas por periodo de tiempo, los periodos seleccionados fueron mensual, trimestral y semestral y se obtuvieron los siguientes resultados:

PROMEDIO DE VENTAS POR PERIODOS

MENSUAL		
Cantidad de Unidades	Valor x und	Ingresos Totales
310	\$18.500	\$5.735.000

TRIMESTRAL		
Cantidad de Unidades	Valor x und	Ingresos Totales
900	\$18.500	\$16.650.000

SEMESTRAL		
Cantidad de Unidades	Valor x und	Ingresos Totales
1.800	\$18.500	\$33.300.000

Nota: La imagen es de autoría propia y se encuentran guardados en el Drive, el link para visualizar es:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wnRCdq_jGbid_vfBjRaRXstLNJEVIMob/edit?usp=sharing&ouid=114621275857471111879&rtpof=true&sd=true

Este promedio de ventas en unidades y en pesos fué realizado teniendo en cuenta el histórico de la proyección de ventas a 5 años que fué construida anteriormente y se eligió este método porque los datos que están allí plasmados, son el resultados de los diferentes cálculos realizados teniendo en cuenta el crecimiento de otras marcas que están en el mercado.

6. MÓDULO DE OPERACIÓN

6.1 Ficha Técnica del Producto ó Servicio

Esta ficha técnica proporciona información detallada sobre el producto, sus características, beneficios y requisitos de seguridad. las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: Composición de materias primas, costos unitarios, cualidades,, tamaño, unidad de

medida,, características fisicoquímicas, condiciones climáticas y factores ambientales.

Ficha Técnica del Producto: Shampoo de Café					
Unidad año	Unidad/mes	Precio *Lt y Kg	Cantidad *Unid. al mes expresada en gr y ml	Precio * gr y unid.	Precio *Lt y Kg/mes
3600	300				
Presentación: envase de 400ml	Cantidad *Und.				
Café	15 Gr	\$ 25.000,00	4500	\$ 25,00	\$ 112.500
Sulfato de laurilo	15 Gr	\$ 9.000,00	4500	\$ 9,00	\$ 40.500
Coco-glucocido	15 Gr	\$ 8.000,00	4500	\$ 8,00	\$ 36.000
Glicerina	8 Gr	\$ 12.000,00	2400	\$ 12,00	\$ 28.800
Aceite de coco	4 Gr	\$ 17.500,00	1200	\$ 17,50	\$ 21.000
Aceite de oliva	3 Gr	\$ 28.000,00	900	\$ 28,00	\$ 25.200
Vitamina E	3 Gr	\$ 45.000,00	900	\$ 45,00	\$ 40.500
Concervantes	3 Gr	\$ 40.000,00	900	\$ 40,00	\$ 36.000
Fragancia	3 Gr	\$ 12.500,00	900	\$ 12,50	\$ 11.250
Agua	331 MI		99300	\$ -	\$ -
Envase Plastica PET de 400ml	1	\$ 1.730,00	300	\$ 1.730,00	\$ 519.000
Total costos variables materia prima *mes 300 Unidades					\$ 870.750

Descripción: Shampoo nutritivo y revitalizante que combina los beneficios del café con ingredientes naturales para fortalecer y proteger el cabello. Su fórmula única ayuda a estimular el cuero cabelludo, promoviendo un cabello más fuerte y brillante.

Características:

- Tipo de cabello: Todos los tipos de cabello
- Género: Unisex
- Edad: Adultos
- Tamaño: 400ml
- Forma: Líquido
- Color: Marrón claro
- Textura: Suave y cremosa
- Fragancia: Aroma a café fresco

Propiedades:

- Fortalece y protege el cabello
- Mejora la circulación sanguínea en el cuero cabelludo
- Reduce la caída del cabello
- Hidrata y suaviza el cabello

Condiciones de Almacenamiento:

- Temperatura: 15°C - 30°C
- Humedad: 50% - 80%
- Proteger de la luz solar directa

Fuente: Elaboración Propia

Propiedad de Fonade - Valora-CE. No es de Uso Obligatorio. Solo se pueden modificar las celdas amarillas.							
	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas							
Inflación	%		5.5%	5.00%	4.50%	4.00%	3.50%
Devaluación	%		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
IPP	%		5.00%	4.50%	4.00%	3.50%	3.00%
Crecimiento PIB	%		1.50%	2.00%	3.00%	4.00%	5.00%
DTF T.A.	%		7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto							
Precio Shampoo de Café	\$ / unid.		26.500	27.825	29.077	30.240	31.299
Precio N/A	\$ / unid.						
Precio N/A	\$ / unid.						
Precio N/A	\$ / unid.						
Precio N/A	\$ / unid.						
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades Shampoo de Café	unid.		3.600	3.960	4.356	4.792	5.271
Unidades N/A	unid.						
Unidades N/A	unid.						
Unidades N/A	unid.						
Unidades N/A	unid.						
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		26.500,0	27.825,0	29.077,1	30.240,2	31.298,6
Ventas	unid.		3.600	3.960	4.356	4.792	5.271
Ventas	\$		95.400.000	110.187.000	126.659.957	144.898.990	164.967.500
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas		2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
Pronto pago	\$		1.908.000	2.203.740	2.533.199	2.897.980	3.299.350

Propiedad de Fonade - Valora-CE. No es de Uso Obligatorio. Solo se pueden modificar las celdas amarillas.							
	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Unitarios Materia Prima							
Costo Materia Prima Shampoo de Café	\$ / unid.		2.903	3.048	3.185	3.313	3.429
Costo Materia Prima N/A	\$ / unid.						
Costo Materia Prima N/A	\$ / unid.						
Costo Materia Prima N/A	\$ / unid.						
Costo Materia Prima N/A	\$ / unid.						
Costos Unitarios Mano de Obra							
Costo Mano de Obra Shampoo de Café	\$ / unid.		6.750	7.088	7.406	7.703	7.972
Costo Mano de Obra N/A	\$ / unid.						
Costo Mano de Obra N/A	\$ / unid.						
Costo Mano de Obra N/A	\$ / unid.						
Costo Mano de Obra N/A	\$ / unid.						
Costos Variables Unitarios							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		2.903,0	3.048,2	3.185,3	3.312,7	3.428,7
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		6.750,0	7.087,5	7.406,4	7.702,7	7.972,3
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		9.653,0	10.135,7	10.591,8	11.015,4	11.401,0
Otros Costos de Fabricación							
Otros Costos de Fabricación	\$		900.000	945.000	987.525	1.027.026	1.062.972
Costos Producción Inventariables							
Materia Prima	\$		10.450.800	12.070.674	13.875.240	15.873.274	18.071.723
Mano de Obra	\$		24.300.000	28.066.500	32.262.442	36.908.233	42.020.024
Materia Prima y M.O.	\$		34.750.800	40.137.174	46.137.682	52.781.508	60.091.746
Depreciación	\$		4.366.667	4.366.667	4.366.667	1.700.000	1.700.000
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		39.117.467	44.503.841	50.504.348	54.481.508	61.791.746
Margen Bruto	\$		59,00%	59,61%	60,13%	62,40%	62,54%
Gastos Operacionales							
Gastos de Ventas	\$		1.800.000	1.890.000	1.975.050	2.054.052	2.125.944
Gastos Administración	\$		28.800.000	30.240.000	31.600.800	32.864.832	34.015.101
Total Gastos	\$		30.600.000	32.130.000	33.575.850	34.918.884	36.141.045

Fuente: Elaboración Propia

6.2 Descripción del Proceso

Paso 1: Preparación de los ingredientes (10 minutos)

- Medir y pesar los ingredientes según la receta.
- Verificar la calidad y pureza de los ingredientes.
- Preparar el café natural

Paso 2: Mezcla de los ingredientes (15 minutos)

- Mezclar el sulfato de laurilo, coco-glucósido, glicerina, aceite de coco, aceite de oliva y vitamina E en un recipiente adecuado.
- Agregar el café preparado en el paso 1 y mezclar bien.

Paso 3: Calentamiento y emulsificación (30 minutos)

- Calentar la mezcla a una temperatura de 40°C - 50°C.
- Emulsificar la mezcla utilizando un agitador o homogeneizador.

Paso 4: Añadir conservantes y fragancia (10 minutos)

- Añadir el conservante y fragancia
- Mezclar bien para asegurar una distribución uniforme.

Paso 5: Envasado y etiquetado (20 minutos)

- Envasar el shampoo en botellas de 400ml.
- Etiquetar las botellas con la información requerida (nombre del producto, ingredientes, instrucciones de uso, etc.).

Paso 6: Control de calidad (30 minutos)

- Verificar la calidad del producto final mediante pruebas de pH, viscosidad y aspecto.
- Asegurarse de que el producto cumpla con los estándares de calidad y seguridad.

Paso 7: Almacenamiento y distribución

- Almacenar el producto en un lugar fresco y seco.
- Distribuir el producto a los clientes o puntos de venta.

Tiempo total de elaboración: 2 horas y 15 minutos

Es importante seguir las buenas prácticas de manufactura (BPM) y las normas de seguridad e higiene durante todo el proceso de elaboración.

6.3 Necesidades y Requerimientos para la fabricación del producto

Las necesidades para la fabricación del shampoo con extracto de café, se podrían dividir en: formulación, equipo, infraestructura, personal, permisos y registros

Formulación: Se requiere una base de shampoo que sea compatible con el extracto de café que se utilizará en la elaboración y además, siempre se debe validar que los insumos cumplan con los estándares de calidad y seguridad.

También, se debe obtener un extracto de café de la más alta calidad y que este contenga concentraciones suficientes y necesarias de los activos como la cafeína, antioxidantes, entre muchos otros activos que presenta este extracto.

A su vez, en la formulación se requieren otros ingredientes como lo son los tensioactivos, conservantes, colorantes y fragancias que le proporcionarán propiedades adicionales a nuestro shampoo.

Equipo: Se necesitan Tanques de mezcla para preparar las diferentes fases de la formulación, equipos de homogeneización para asegurar una mezcla uniforme de todos los ingredientes, equipos de llenado para envasar el producto final y también se necesitan diferentes equipos de control de calidad estos garantizarán que el producto cumpla con los estándares de calidad.

Infraestructura: Se requiere un espacio adecuado, lo que se traduce en un lugar limpio y ordenado donde se llevará a cabo la producción, que este espacio cumpla con las condiciones ambientales adecuadas, como lo son la temperatura y una humedad controlada; a demás, este espacio deberá contar con los servicios básicos, como lo son el agua potable, electricidad y sistemas de drenaje

Personal capacitado: Se requieren profesionales químicos, para la formulación y el control de calidad y también se requieren operarios, para la producción y el envasado del producto

Registros y permisos: Es necesario obtener un registro sanitario para comercializar el producto dentro del país y también es indispensable cumplir con las normatividades ambientales

Algunos de los requerimientos para la producción del shampoo con extracto de café son:

Conocimiento técnico: Es fundamental contar con conocimientos avanzados en química cosmética, formulación de productos de cuidado personal y es indispensable, tener conocimiento sobre las buenas prácticas de fabricación.

Materia prima de calidad: Todos los ingredientes que se utilizan para la elaboración, deben ser de grado cosmético y cumplir con las normas de seguridad.

Control de calidad: Es esencial implementar un sistema de control de calidad riguroso para garantizar la consistencia y la seguridad del producto.

Empaque adecuado: El envase debe proteger el producto, ser atractivo para el consumidor y cumplir con las regulaciones vigentes del país.

Estudio de mercado: Antes de lanzar nuestro producto a la venta, es necesario realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los consumidores y cuál sería nuestra competencia.

Marketing y distribución: Una vez que tengamos el producto listo, se necesitará desarrollar una estrategia de marketing y distribución efectiva para llegar a todos los clientes que se desean.

6.4 Plan de Producción

La planificación detallada de la producción es esencial para garantizar el éxito de nuestro producto; El plan de producción que se tiene para la elaboración del shampoo con extracto de café consta de:

Definición del producto:

-Presentación: Envases plásticos de 500 ml.

-Propiedades: Estimula el crecimiento del cabello, fortalece el cabello, reduce la caída y aporta brillo.

Proceso de fabricación:

-Recepción de materias primas: se debe verificar la calidad y cantidad de cada materia prima.

-Preparación de la base del champú: se debe medir con precisión los ingredientes de manera individual.

-Mezclado en tanque de acero inoxidable: Esto se hace para que el shampoo obtenga una homogeneización y para asegurar una distribución uniforme de cada ingrediente utilizado y aquí mismo, se adiciona el extracto de café que hace tan único nuestro producto.

-Envasado: se realiza el llenado de los envases con el producto final y se sella herméticamente cada unidad

-Etiquetado: se pega en el envase una etiqueta con toda la información necesaria del producto

Control de Calidad:

-Se realiza prueba del pH, de viscosidad y se realizan diferentes análisis microbiológicos

Almacenamiento:

-El producto final se debe almacenar en un lugar fresco, seco y protegido de la luz.

Gestión de Recursos:

-Humanos: Se requiere un químico formulador, operarios de producción e inspectores de calidad

-Materiales: Se requieren materias primas, envases y etiquetas

-Equipos: Se requieren de diferentes equipos, como lo son los tanques de mezcla, los homogeneizadores, máquinas llenadoras, etiquetadoras y equipos de laboratorio para control de calidad

-Infraestructura: Se requiere de un área de producción, de un almacén de materias primas y de un almacén de producto terminado

Gestión de residuos:

-Identificación de residuos: Clasificación de los residuos generados en cada etapa del proceso.

-Tratamiento y disposición: Establecimiento de un sistema de gestión de residuos de acuerdo con la normativa vigente.

Seguridad e higiene:

-Normas de seguridad: Implementación de protocolos de seguridad para proteger a los trabajadores.

-Higiene en la producción: Procedimientos establecidos de limpieza y desinfección.

6.5 Plan de Compras (requerimiento de Compras para la producción proyectada)

Un plan de compras sólido es fundamental para garantizar la disponibilidad de las materias primas necesarias para la producción de nuestro shampoo con extracto de café, y así mismo, se optimizan los costos y la calidad.

Materias Primas:

-Base del shampoo: Tensioactivos, acondicionadores, conservantes, espesantes.

-Extracto de café: Concentración específica de cafeína y antioxidantes.

-Ingredientes adicionales: Fragancias, colorantes, agentes quelantes.

-Empaques: Envases de plástico, tapas, etiquetas.

Especificaciones Técnicas:

-Fichas técnicas: se solicitan fichas técnicas detalladas de cada materia prima.

-Hojas de seguridad: se asegura de que los productos cumplan con las normas de seguridad.

-Muestras: se solicitan muestras para realizar pruebas de compatibilidad y calidad.

Proceso de Compra:

-Requerimientos de compra: se elabora una lista detallada de las materias primas a adquirir y aquí mismo se especifican las cantidades, calidad y fechas de entrega.

Control de Inventarios:

-Sistema de inventario: se implementa un sistema de inventario para llevar un registro de las materias primas en stock.

-Niveles de inventario mínimo y máximo: se establecen niveles de inventario para evitar faltantes o excesos.

-Rotación de inventario: se prioriza la utilización de las materias primas con fecha de vencimiento más cercana.

6.6 Costos de Producción

Entender los costos de producción es crucial para establecer precios competitivos y asegurar la rentabilidad de nuestro shampoo con extracto de café.

Costos variables

Materias Primas:

-Base del shampoo: \$1.000 x unidad

-Extracto de café: \$200 x unidad

-Ingredientes adicionales: \$350 x unidad

-Empaques: \$410 x unidad

Costos fijos

Mano de Obra:

-Salarios: \$15.000.000 x mes

Servicios Públicos:

-Energía eléctrica: \$300.000 x mes

-Agua: \$350.000 x mes

-Gas: \$50.000 x mes

Alquiler o Amortización:

-Instalaciones: \$5.000.000 x mes

-Equipos: \$3.500.000 x mes

Otros Costos Indirectos

-Mantenimiento: \$200.000 x mes

-Suministros: \$200.000 x mes

-Marketing y publicidad: \$200.000 x mes

6.7 Infraestructura

Para la elaboración de la infraestructura de nuestra empresa shampoo de café se requiere una serie de elementos los cuales se evidencian en la siguiente tabla

Necesidades

REQUERIMIENTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL
Recipientes para la mezclas	5	\$20.000	\$100.000

Ingredientes Naturales y Orgánicos	4	\$10.000	\$40.000
Recipientes ecológicos para envasar el producto	310	\$7.000	\$2.170.000
Cafe molido	300	\$14.750	\$4.425.000

Fuente: Elaboración Propia

6.8 Parámetros Técnicos Especiales

Ubicación geográfica de la empresa

La empresa se ubicara en el sector de Bogotá sector Engativa estrato 3



La empresa se ubicará en un primer piso de un local donde se distribuirá y se realizará publicidad por diferentes medios.

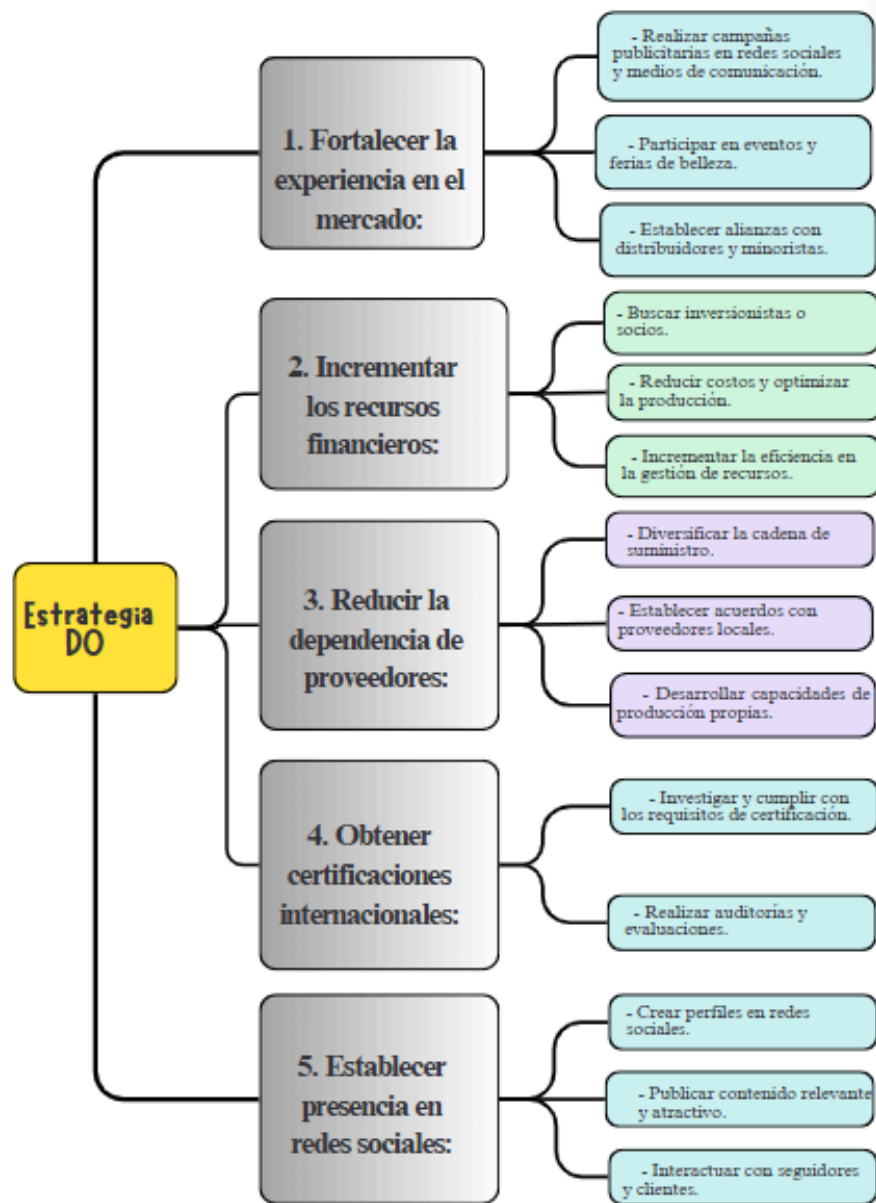
7. MÓDULO DE ORGANIZACIÓN

7.1 Análisis DOFA



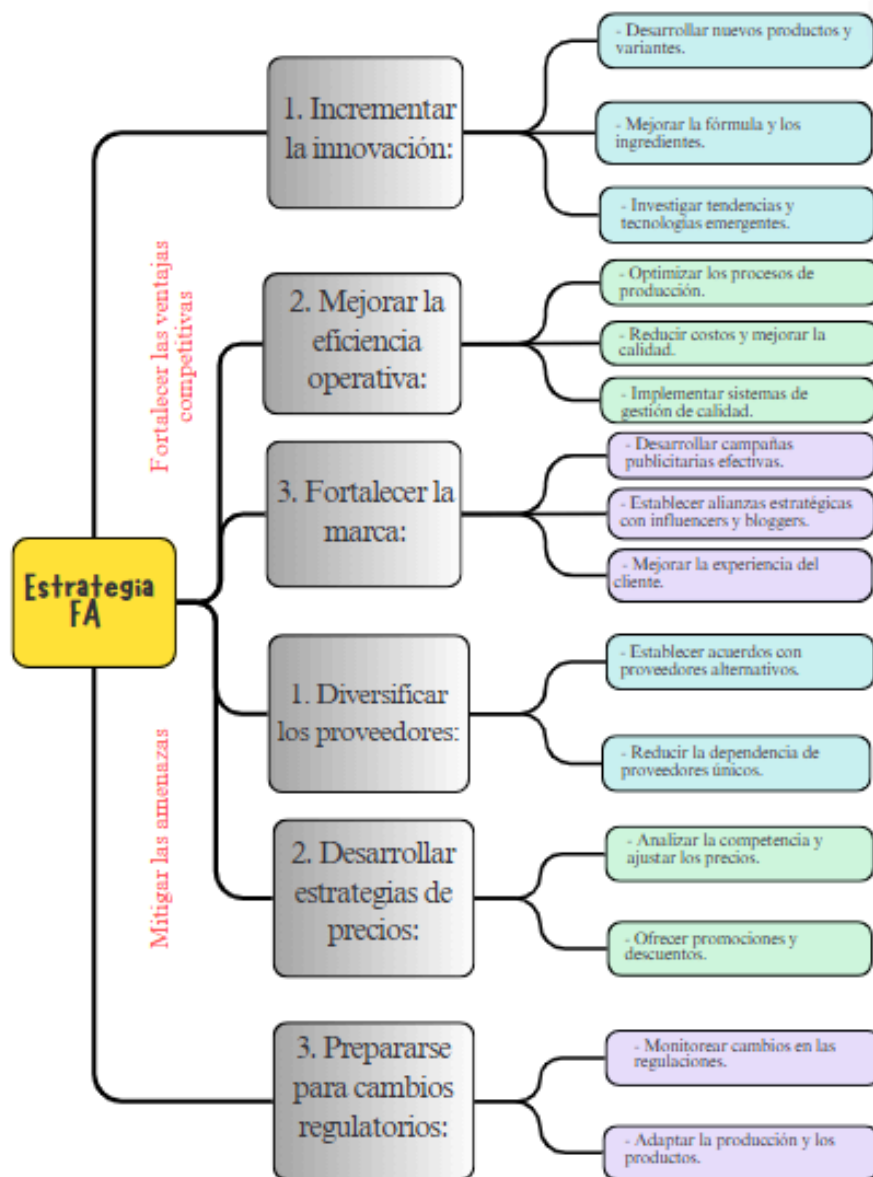
Fuente: Elaboración Propia

Estrategia DO:



Fuente: Elaboración Propia

Estrategia FA:



Fuente: Elaboración Propia

7.2 Organismos de Apoyo

A continuación se identifican diversas entidades tanto privadas como oficiales que brindan apoyo en las diferentes fases del negocio.

1. Fase de Definición del Negocio

Entidades Privadas:

- Incubadoras y Aceleradoras:
- Innpulsa Colombia: Ofrece programas de apoyo para emprendedores con ideas innovadoras.
- Apps.co: Fomenta el desarrollo de emprendimientos digitales y tecnológicos.
- Consultorías:
- Consultoras locales en marketing y negocios: Empresas que asesoran en la elaboración de planes de negocio y estrategias de mercado.

Entidades Oficiales:

- Cámara de Comercio de Bogotá: Proporciona información sobre normativas, capacitación y programas de apoyo a emprendedores.
- SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje): Ofrece formación en habilidades empresariales y asesoría técnica.

Descripción del Apoyo:

En esta fase, el apoyo se centra en la formulación del plan de negocio, la investigación de mercado y la validación de la idea. Las incubadoras y las cámaras de comercio facilitan talleres y asesorías para fortalecer el modelo de negocio.

2. Fase de Implementación

Entidades Privadas:

- Inversores Ángeles y Fondos de Capital de Riesgo: Grupos de inversión que buscan financiar startups en el sector de cosméticos naturales.

- Proveedores de Materias Primas: Empresas que suministran ingredientes naturales, especialmente café, para la producción del shampoo.

Entidades Oficiales:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Ofrece programas de financiación y recursos para la creación de empresas.
- Bancoldex: Proporciona líneas de crédito para pequeñas y medianas empresas.

Descripción del Apoyo:

El enfoque en esta fase incluye la obtención de financiamiento, desarrollo de prototipos y establecimiento de la cadena de suministro. Las entidades oficiales facilitan acceso a créditos y programas de apoyo financiero, mientras que las privadas ayudan en la gestión del proceso productivo.

3. Etapa de Operación del Negocio

Entidades Privadas:

- Asociaciones de Empresarios: Redes como la Asociación de Empresarios de Cosméticos que ofrecen networking y capacitación en ventas.
- E-commerce y Distribuidores: Plataformas que facilitan la venta en línea y acceso a mercados.

Entidades Oficiales:

- Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá: Proyectos que apoyan la sostenibilidad y el crecimiento empresarial.

- Programas de Sostenibilidad del Gobierno Nacional: Iniciativas para promover el uso de ingredientes ecológicos y prácticas responsables.

Descripción del Apoyo Previsto:

En la etapa de operación, se espera apoyo en áreas como marketing, distribución y optimización de procesos. Las entidades ofrecen capacitación continua y recursos para mejorar la gestión empresarial y garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Este análisis abarca el ecosistema de apoyo disponible, resaltando la colaboración entre entidades privadas y oficiales en cada fase del desarrollo empresarial.

7.3 Estructura Organizacional

A continuación se describe la estructura organizacional, incluyendo los niveles directivos, administrativos y operativos, así como la conformación de la junta directiva, los cargos previstos y el tipo de estructura.

1. Estructura Organizacional

Niveles de la Estructura

Nivel Directivo:

- Gerente General: Responsable de la dirección estratégica de la empresa.
- Director de Producción: Encargado de supervisar la fabricación y calidad del producto.
- Director Comercial: Responsable de las ventas y estrategias de marketing.
- Director Administrativo-Financiero: Encargado de la gestión financiera y administrativa.

Nivel Administrativo:

- Gerente de Recursos Humanos: Se ocupa de la gestión del talento humano y el bienestar de los empleados.
- Contador: Responsable de la contabilidad y cumplimiento tributario.
- Jefe de Logística: Encargado de la gestión de la cadena de suministro y distribución.

Nivel Operativo:

- Supervisores de Producción: Encargados de supervisar el proceso de fabricación.
- Operarios de Producción: Personal encargado de las tareas de producción y envasado.
- Vendedores: Responsables de la comercialización y ventas directas del producto.

2. Conformación de la Junta Directiva

La junta directiva puede estar compuesta por los siguientes miembros:

- Presidente: Gerente General (participación del 40% en decisiones estratégicas).
- Vicepresidente: Director Comercial (participación del 30%).
- Secretario: Director Administrativo-Financiero (participación del 20%).
- Miembro Externo: Consultor en producción o calidad (participación del 10%).

3. Cargos Previstos y Número de Empleados

- Gerente General: 1
- Director de Producción: 1

- Director Comercial: 1
- Director Administrativo-Financiero: 1
- Gerente de Recursos Humanos: 1
- Contador: 1
- Jefe de Logística: 1
- Supervisores de Producción: 2
- Operarios de Producción: 5
- Vendedores: 3

Total de empleados: 16

4. Tipos de Estructura

Estructura Horizontal

- Características:
- Menos niveles jerárquicos, lo que fomenta una comunicación más directa entre los empleados y directivos.
- Promueve la colaboración y el trabajo en equipo.
- Aplicación: En la fase de producción, los operarios pueden tener cierta autonomía para tomar decisiones sobre el proceso, lo que mejora la eficiencia y la moral del equipo.

Estructura Vertical

- Características:
- Múltiples niveles jerárquicos, donde cada nivel tiene autoridad sobre el siguiente.
- Claridad en roles y responsabilidades, lo que puede facilitar la toma de decisiones y el control.
- Aplicación: En la dirección y administración, donde se requiere un control más riguroso sobre los procesos financieros y estratégicos, asegurando que se cumplan las metas establecidas.

7.4 Constitución Empresa y Aspectos Legales

A continuación se presenta un desglose de la estructura organizacional, tipo de sociedad, estado legal, legislación vigente y los trámites necesarios:

1. Aspectos Legales

Tipo de Sociedad:

- Sociedad por Acciones Simplificada (SAS): Este tipo de sociedad es común en Colombia debido a su flexibilidad y facilidad para ser constituida. Permite un solo accionista y tiene menos requisitos que otros tipos de sociedades.

Estado Legal Actual:

- La empresa debe ser registrada formalmente en la Cámara de Comercio de Bogotá y cumplir con todos los requisitos legales para operar.

2. Legislación Vigente

Normativa Urbana:

- Plan de Ordenamiento Territorial (POT): Normas que regulan el uso del suelo en Bogotá. Es importante verificar que la ubicación del negocio cumpla con las normativas de zonificación.

Normativa Ambiental:

- Código Nacional de Recursos Naturales: Regula el manejo de los recursos naturales y la protección del medio ambiente. Se deben tener en cuenta los procesos de producción y disposición de residuos.

Normativa Laboral:

- Código Sustantivo del Trabajo: Regula las relaciones laborales, derechos y obligaciones de empleados y empleadores.

Protección Social:

- Obligaciones en cuanto a la afiliación a la seguridad social y la salud de los trabajadores.

Legislación Tributaria:

- Estatuto Tributario: Normas que regulan la tributación en Colombia, incluyendo impuestos nacionales y distritales.

Protección Intelectual:

- Ley 23 de 1982: Protección de derechos de autor, importante para proteger la marca y cualquier innovación del producto.

Política de Distribución de Utilidades:

- La distribución de utilidades debe seguir las disposiciones del Código de Comercio, que establece cómo se deben repartir las ganancias entre los socios.

3. Trámites Asociados

Trámites Comerciales:

- Clasificación CIIU: La empresa debe inscribirse en el Registro Único Empresarial (RUES) y seleccionar el código CIIU correspondiente a su actividad económica, en este caso el código es el **4773**.
- Tipo de Sociedad: Realizar la escritura pública de constitución de la SAS y registrarla en la Cámara de Comercio.

Trámites Tributarios:

- Régimen Común:
- La empresa estará sujeta a la mayoría de impuestos, incluyendo IVA y renta.
- Características: Debe llevar contabilidad completa y presentar declaraciones periódicas.
- Inscripción en el RUT (Registro Único Tributario):
- Es necesario registrarse en la DIAN para obtener el RUT, que es un requisito básico para operar formalmente.
- RUN (Registro Único Nacional):
- Aunque no es obligatorio para todas las empresas, algunos sectores pueden requerir este registro adicional.
- Impuestos Nacionales:

- IVA: Impuesto sobre las ventas que se aplica a la venta de productos.
- Retención en la Fuente: Impuesto que se descuenta en el momento de realizar un pago a proveedores.
- Declaración de Renta: Obligación anual de presentar la declaración de ingresos y patrimonio.
- Impuestos Distritales:
- ICA (Impuesto de Industria y Comercio): Se paga sobre los ingresos generados en el Distrito.
- Retención de ICA: Se aplica a los pagos realizados a proveedores.
- Avisos y Tableros: Impuesto por la publicidad exterior en el espacio público.
- Registro de Libros Contables:
- Es necesario llevar un registro de libros contables, que debe ser inscrito en la Cámara de Comercio.

4. Otros Trámites Necesarios

- Licencias de Funcionamiento: Solicitar las licencias requeridas para operar, dependiendo de la actividad económica.
- Permisos Ambientales(Si aplica): Obtener los permisos necesarios para garantizar el cumplimiento de la normativa ambiental.

7.5 Gastos administrativos

7.5.1 Consolidación Gastos de Personal

Conclusión:

Los gastos de personal a continuación relacionados son los contemplados para la empresa, lo que indica que la empresa está invirtiendo una cantidad significativa en su personal.

Cargo	Dedicación	Tipo de contratación	Salario mensual	Prestaciones sociales	Dotación	Total mensual
Gerente General: 1	Completa	Fija	\$ 5.500.000	\$ 1.350.000	No aplica	\$ 6.850.000
Director de Producción: 1	Completa	Fija	\$ 4.000.000	\$ 1.250.000	\$ 240.000	\$ 5.490.000
Director Comercial: 1	Completa	Fija	\$ 4.500.000	\$ 1.400.000	No aplica	\$ 5.900.000
Director Administrativo-Financiero: 1	Completa	Fija	\$ 4.500.000	\$ 1.400.000	No aplica	\$ 5.900.000
Gerente de Recursos Humanos: 1	Completa	Fija	\$ 4.300.000	\$ 1.300.000	No aplica	\$ 5.600.000
Contador: 1	Parcial	Fija	\$ 4.000.000	\$ 1.250.000	No aplica	\$ 5.250.000
Jefe de Logística: 1	Completa	Fija	\$ 3.800.000	\$ 1.100.000	No aplica	\$ 4.900.000
Supervisores de Producción: 2	Completa	Fija	\$ 3.500.000	\$ 1.050.000	\$ 240.000	\$ 4.790.000
Operarios de Producción: 5	Completa	Fija	\$ 2.500.000	\$ 750.000	\$ 240.000	\$ 3.490.000
Vendedores: 3	Completa	Fija	\$ 3.000.000	\$ 900.000	\$ 240.000	\$ 4.140.000
						\$ 52.310.000

Fuente: Elaboración Propia

7.5.2 Gastos de Puesta en Marcha.

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	COSTO ESTIMADO
Registros y certificados	Registro de empresa en la cámara de comercio de Bogotá	\$ 500.000
	Certificados de calidad y registro sanitario	\$ 300.000
Permisos y licencias	Licencia de funcionamiento	\$ 800.000
	Permiso de uso de suelo	\$ 400.000
	Licencia ambiental	\$ 600.000
Estudios	Estudio de mercado	\$ 1.500.000
	Estudio de viabilidad financiera	\$ 700.000
Equipamiento y mobiliario	Compra de maquinaria y equipos de producción	\$ 20.000.000
	Mobiliario para la oficina	\$ 18.000.000
Marketing y publicidad	Campañas de lanzamiento y promoción	\$ 6.000.000
Otros gastos	Gastos legales y notariales	\$ 300.000
	Consultoría y asesoría empresarial	\$ 500.000
TOTAL		\$ 49.600.000

Fuente: elaboración propia

Análisis: En total, la suma de estos gastos puede parecer elevada, pero cada categoría tiene un propósito específico que contribuye a la viabilidad y éxito del negocio. Se realizará un seguimiento continuo de estos costos y ajustar el presupuesto según sea necesario. Además, se considerarán opciones de financiamiento o subsidios para aliviar la carga financiera inicial.

7.5.3 Gastos Anuales de Administración

Los gastos de administración, son los gastos necesarios para que una empresa funcione de manera eficiente, desde pagar los sueldos de los empleados hasta mantener las oficinas en buen estado; son todos aquellos costos en los que incurre una empresa para mantener sus operaciones diarias y llevar a cabo sus funciones administrativas.

Gastos Anuales de Administración		
CONCEPTO	Descripción	Costo estimado
Sueldos y Salarios	Remuneración de personal administrativo	\$627.720.000
Prestaciones Sociales	Aportaciones a seguridad social, vacaciones y aguinaldos	\$11.750.000
Servicios Básicos	Luz, agua, teléfono, internet, aseo de oficinas	\$6.768.000
Impuestos y Tasas	Impuesto sobre la renta, impuestos municipales y licencias	\$10.800.000
Gastos Financieros	Intereses de préstamos y comisiones bancarias	\$12.750.250
Gastos de Oficina	Papelería, suministros de oficina y mobiliario	\$9.850.000
Seguros	Seguro contra incendios y hurtos	\$7.000.000
Total Gastos Anuales de Administración		\$686.638.250

La suma de dinero que se dirige hacia los gastos de administración de manera anual, es una suma considerable, pero aunque estos no generan ingresos directamente, son necesarios para mantener la empresa en funcionamiento y alcanzar los diferentes objetivos que se tienen establecidos

Bibliografía

Materias Primas Cosméticas para elaborar productos I Colombia I Ecosmeticos. (n.d.).

ecosmeticos. <https://www.ecosmeticos.co/materias-primas-cosmeticas>

Tamaño del mercado de cuidado del cabello en Colombia y análisis de acciones - Informe de investigación de la industria - Tendencias de crecimiento. (n.d.). Mordor Intelligence.

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/colombia-hair-care-market-industry>