

INVERSIONES ADYD SAS

ANA MARIA MACIAS RUIZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
MEDELLÍN
2021

INVERSIONES ADYD SAS

ANA MARIA MACIAS RUIZ
TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TÍTULO DE INGENIERA INDUSTRIAL

EMMANUEL ZAPATA
INGENIERO DE PRODUCCION- ESPECIALISTA EN DIRECCION DE
OPERACIONES Y LOGISTICA
ASESOR

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
MEDELLÍN
2021

CONTENIDO

GLOSARIO	5
LISTA DE TABLAS	6
LISTA DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
1. PROBLEMA	11
2. JUSTIFICACIÓN	12
3. OBJETIVOS	13
3.1 Objetivo general	13
3.2 Objetivos específicos	13
4. REFERENTES TEÓRICOS	14
5. METODOLOGÍA	17
6. RESULTADOS	20
6.1. Segmentos de clientes	20
6.1.1 Perfil del Cliente	21
6.2. Propuesta de valor	22
6.2.1 Características relevantes (Solución)	23
6.2.2 Ventaja Competitiva (Ventaja Injusta)	23
6.2.3 Validación de la propuesta de valor	24
6.2.4 Identificación de los competidores clave	28
6.2.5 Diferenciación de la propuesta frente a los competidores	28
6.3 Canales	29
6.4 Relación con los clientes	33

6.5 Fuentes de ingresos	34
6.6 Actividades clave	38
6.7 Recursos Clave	39
6.8 Aliados clave	41
6.9 Estructura de costos	42
8. CONCLUSIONES	46
9. RECOMENDACIONES.....	47
10. BIBLIOGRAFÍA	48

GLOSARIO

EMPRENDIMIENTO: proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto

GESTIÓN: conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa.

MÉTODOS: El Método o Forma de Producción representa la manera en la que las empresas producen o venden los productos.

MODELO CANVAS: es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes

PUNTO DE EQUILIBRIO: El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales.

PUNTO DE RETORNO: Es una métrica usada para saber cuánto la empresa ganó a través de sus inversiones

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Competidores clave.....	28
Tabla 2 Comparativo de los atributos de valor frente a los competidores	28
Tabla 4 Precio frente a la competencia	36
Tabla 5 INVERSION INICIAL	37
Tabla 6 Costos de funcionamiento	37
Tabla 7 COSTOS DE PERSONAL.....	37

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1 Perfil Cliente	Ilustración 2 Perfil Cliente.....	21
Ilustración 3 Propuesta de valor		22
Ilustración 4 Validación propuesta de valor		24
Ilustración 5 Validación propuesta de valor		25
Ilustración 6 Validación propuesta de valor		25
Ilustración 7 Validación propuesta de valor		26
Ilustración 8 Validación propuesta de valor		27
Ilustración 9 Validación propuesta de valor		27
Ilustración 10 CUSTOMER JOURNEY MAP.....		32

RESUMEN

INVERSIONES ADYD SAS es una empresa comprometida con la calidad de productos comercializados en el ámbito de la industria cosmética, brindando a sus clientes seguridad y aumento de la autoestima por usar diariamente los productos adquiridos.

El objetivo de este proyecto es posicionar en el mercado los productos comercializados por la empresa la cual se dedica a la venta al menudeo y al por mayor de los mismos, con ello también se tiene como objetivo la fidelización de los clientes brindando una atención preventa y posventa que ayude a que el cliente prefiera en todo momento a INVERSIONES ADYD SAS.

Finalmente, la realización de este trabajo de grado se muestra por medio de las distintas estrategias de marketing y la elaboración de un plan de negocio robusto, buscando el posicionamiento y crecimiento de la marca apoyado en un plan de publicidad que ayude a la comercialización, al reconocimiento y el desarrollo de la marca, sentando bases, que hagan de ella una empresa sólida.

INTRODUCCIÓN

INVERSIONES ADYD SAS es una empresa dedicada a la comercialización al por mayor y al menudeo de productos cosméticos y de aseo personal. La idea de este negocio surge a partir de la necesidad de crear y consolidar un patrimonio familiar.

INVERSIONES ADYD SAS tiene dentro de su plan de negocio clientes objetivos que van desde las edades de 15 años a 60 años siendo estos mujeres y hombres que les guste sentirse seguros y atractivos gracias a la utilización de productos cosméticos como lo pueden ser las fragancias.

La idea de INVERSIONES ADYD SAS es contar con un inventario amplio, que constantemente se esté renovando y adicionando a él los nuevos productos, esto con el fin de que el cliente pueda encontrar gran variedad de productos y escoja a INVERSIONES ADYD SAS como su aliado estratégico para comercializar los productos o hacer uso de los mismos.

Según los estudios de mercado en Colombia se estima que el mercado de cosméticos tendrá un crecimiento del 11.60% en los próximos 3 años, lo que hace que este mercado sea estratégico para el crecimiento del país, gracias a dichos estudios se pudo definir dentro de INVERSIONES ADYD SAS los clientes potenciales y con ello se identificó que los precios de los productos son de fácil acceso.

Dentro de la propuesta de negocio de INVERSIONES ADYD SAS se busca implementar diversas técnicas de marketing que ayuden a llegar a más clientes, dentro de estas técnicas se tiene la utilización de campañas en redes sociales como Facebook, Instagram, Google ADS, entre otros con el fin de dar a conocer en más lugares de Colombia los productos comercializados.

En cuanto a los gastos financieros se espera contar con un capital inicial del \$20.000.000 (veinte millones de pesos) los cuales serán distribuidos de la siguiente manera para dar inicio al funcionamiento de INVERSIONES ADYD SAS:

- 1'000.000 Canon de arrendamiento.
- 2'000.000 Papelería (resma de papel, cajas de cartón, cinta adhesiva, cartuchos de tinta para impresión)
- 17.000.000 compra inicial de inventario (fragancias, cremas, maquillaje)

Teniendo en cuenta los estudios financieros se espera que la inversión inicial para el funcionamiento de INVERSIONES ADYD SAS sea retornada en un máximo de 18 meses, en donde también se espera llegar a un punto de equilibrio que demuestre que el negocio es rentable.

1. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente la industria de los cosméticos en Colombia se está catalogando por ser un negocio muy prospero para le economía del país debido a su gran consumo interno y la capacidad que se posee para la fabricación.

La Industria de los cosméticos en Colombia ofrece y demanda a los demás países de Sudamérica artículos que innoven en cuanto a diseño, calidad y funcionalidad.

Dentro de esta industria se identifica que la fuerza laboral generalmente han sido las mujeres, pero se viene presentando un fenómeno en donde los hombres también buscan dentro de los almacenes, cremas, lociones antitranspirantes, aceites y jabones que limpien su piel y cuiden su cabello, lo que hace que el negocio cada vez crezca más y se tengan más clientes potenciales.

En los países es necesario la creación de nuevas empresas con el fin de dar crecimiento a la industria cosmética y del mismo modo generar nuevos empleos.

Debido a lo expresado anteriormente, nace la idea de crear INVERSIONES ADYD SAS como empresa que entró a la industria de productos cosméticos en Colombia y que es aliada de una marca brasilera trayendo consigo productos de alta calidad y a un precio asequible a todo tipo de estratos sociales.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es posible satisfacer la necesidad de adquirir productos cosméticos para hombres y mujeres que ayuden a aumentar su autoestima y seguridad además garantizar la rentabilidad de la empresa?

2. JUSTIFICACIÓN

La idea de la creación de la empresa INVERSIONES ADYD SAS surge a partir del interés de la familia creadora de contar con su propia empresa y con ello aportar al crecimiento del país, al crecimiento propio y con la intención de brindar futuros nuevos empleos.

El objetivo principal de INVERSIONES ADYD SAS es dar a conocer los nuevos productos que se están comercializando y del mismo modo brindar una atención preventiva y posventa a cada uno de los clientes que adquieran los productos con el fin de que ellos se sientan satisfechos con los productos adquiridos y conozcan cual es su uso y los beneficios que estos puede traerles.

La empresa cuenta con un aliado estratégico del país de Brasil que será el encargado de maquilar los productos y hacerlos llegar a Colombia con todos sus registros de importación necesarios para su comercialización legal dentro del país.

Se estima que INVERSIONES ADYD SAS al cabo de 18 meses sea una empresa rentable y haya podido retornar su inversión inicial.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Posicionar en el mercado de cosméticos los productos comercializados por la empresa INVERSIONES ADYD SAS dedicada a la venta al menudeo y al por mayor de productos cosméticos y de aseo personal, brindando una excelente asesoría preventa y posventa al cliente con el fin de ser elegidos por ellos.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis del mercado de la industria cosmética en Colombia con el fin de solidificar la idea de negocio.
- Describir las actividades propias del funcionamiento de la empresa para brindar una excelente atención al cliente.
- Asignar roles al recurso humano necesario para el normal funcionamiento de la empresa todo con el fin de ser elegidos por clientes, por los productos comercializados y por la buena atención.
- Calcular por medio de la herramienta Microsoft Excel el punto de equilibrio de la empresa.
- Analizar el punto de equilibrio de la empresa INVERSIONES ADYD SAS.
- Calcular tasa de retorno de la inversión inicial de INVERSIONES ADYD SAS.
- Analizar la tasa de retorno realizada con el fin de identificar si se puede dar cumplimiento a lo pactado inicialmente sobre recuperar la inversión al cabo de 18 meses.

4. REFERENTES TEÓRICOS

4.1 ESTUDIO DEL ENTORNO

POLÍTICO

DECRETO NÚMERO 219 DE 1998 (enero 30) por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos, y se dictan otras disposiciones. El presidente de la República de Colombia, en ejercicio de las atribuciones que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y en desarrollo de la Ley 9ª de 1979. (VLEX, 2021)

Artículo 1º Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en el presente decreto regulan los regímenes sanitarios, de control de calidad y vigilancia sanitaria en lo relacionado con la producción, procesamiento envase, expendio, importación, exportación y comercialización de productos cosméticos. (VLEX, 2021)

Artículo 3º Competencia de las entidades públicas

El Ministerio de Salud establecerá las políticas en materia sanitaria y de vigilancia y control, en los términos del Decreto 1292 de 1994 y demás normas concordantes, en materia de los productos cosméticos.

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, tendrá bajo su responsabilidad la ejecución de las políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad, de conformidad con el artículo 4º del Decreto 1290 de 1994 y demás disposiciones reglamentarias.

A las Direcciones Territoriales de Salud les compete ejecutar las políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad, en los términos definidos por las disposiciones vigentes. (VLEX, 2021)

SOCIAL

La pandemia, el teletrabajo y, sobre todo, el uso de tapabocas puso en jaque el sector cosmético en el país, pues el gasto per cápita anual pasó de casi \$200.000 en estos productos a \$179.000 durante 2020, lo que representó una caída de 9,75%.

El mercado, en general, cayó 6,3% frente a la cifra de 2019 según la Andi, Sin embargo, el impacto fue diferente para cada producto. Por ejemplo, en el rubro de maquillaje, mientras los productos para labios o mejillas quedaron rezagados, la venta de productos para ojos se llevó todos los méritos.

Cifras de Scatrack, un reciente estudio de Nielsen, muestran que dentro del mercado general las ventas de labiales cayeron hasta 52%; 47%, rubores; 46% polvos y 41% la base; con lo que la parte del rostro que cubre el tapabocas parece haber quedado en un segundo plano para los consumidores, quienes ahora se preocupan por su mirada. (REPUBLICA, 2021)

ECONÓMICO

La industria del maquillaje en Colombia ha superado a los demás países de Latinoamérica, esto lo convierte en uno de los exportadores más potentes de la región. Además, Bogotá se ha convertido en la principal ciudad de consumo y producción de cosméticos. Desde allí se expanden las grandes empresas del sector, representadas en más del 60%. (DUMASHE, 2021)

Los eventos que han marcado el crecimiento de la industria del maquillaje en Colombia están llamando la atención de grandes marcas, además otros factores han permitido ampliar el mercado hacia las plataformas digitales. (DUMASHE, 2021)

COMERCIO INTERNACIONAL

Sin duda, muchas marcas internacionales han visto las oportunidades del sector del maquillaje en Colombia. Por lo que no se han quedado atrás para incursionar en este país. Desde el año 2014 se han establecido en Bogotá las más importantes empresas de cosmética internacionales, dejando una inversión de 417 millones de dólares. (DUMASHE, 2021)

Según el informe de sostenibilidad de la industria cosmética y aseo, en Colombia se produce un 52% en el área de cosmética. Pero el objetivo de la Cámara de cosmética es generar al menos 15, 4 millones en producción para los próximos años. (DUMASHE, 2021)

Con la incursión de importantes competidores en el mercado, ha aumentado el consumo exponencialmente, por lo que se prevé el cumplimiento de los objetivos de la Cámara de cosmética. Las empresas internacionales de cosmética que están marcando tendencia entre los colombianos, apuestan por ampliar el mercado cada vez más con las ventas al por mayor. (DUMASHE, 2021)

TECNOLOGÍA

Colombia no se queda atrás con la nueva era de la digitalización y todo lo que tiene que ver con el auge del maquillaje entre los Millennials. Ahora la compra y venta se maneja desde espacios y plataformas digitales, a través de las redes sociales principalmente. Aunque la industria de belleza en Colombia apuesta por las ventas directas en las distribuidoras de cosméticos al por mayor y la tendencia está cambiando con las tiendas online. (DUMASHE, 2021)

Estas nuevas tecnologías hacen que más personas interactúen y comparen entre marcas. Además, las tiendas físicas se están volviendo parte del pasado, dando paso a las compras virtuales. Incluso con los dispositivos es más fácil acceder a cualquier producto de maquillaje. (DUMASHE, 2021)

El hecho de que estamos en una nueva era cambia totalmente el panorama del maquillaje en Colombia, puesto que ahora los estereotipos han cambiado. Tanto jóvenes como adultos están inmersos en las redes sociales y son protagonistas de sus fotos. Esto hace que aumente la preocupación por la imagen, pero no al punto de seguir un estereotipo. (DUMASHE, 2021)

5. METODOLOGÍA

Tipo de investigación: El proyecto se desarrolla bajo una investigación descriptiva, esta enmarca las variables, los conceptos precisos y las características que posee el proceso dentro de la empresa. Como lo argumenta (Roberto Hernandez, 2010, pág. 80) La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y perfiles de las personas, o cualquier otro fenómeno que entre a la realización de un análisis. Es decir que este tipo de investigación pretende recoger, medir y analizar información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos que entran en la misma.

Método de investigación: pertenece a la investigación de enfoque mixto, este es cuantitativo porque se hace la recolección de datos que poseen valores numéricos como son las estadísticas de la empresa y cualitativo por que se describen de forma detallada procesos y funciones que se dan dentro de la empresa.

Según (Roberto Hernandez, 2010, pág. 546) El alcance mixto es aquel que hace la combinación del enfoque cualitativo y cuantitativo con el fin de obtener una "fotografía" más completa del fenómeno. También se dice que es un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de la investigación.

Fuentes de información:

- **Primarias:** En cuanto al análisis de mercado, las fuentes de recolección serán bases de datos de la Institución Universitaria Pascual Bravo, Alfaomega, E-book, del mismo modo los sitios Web que contengan información sobre el entorno de los cosméticos en Colombia y esto abrirá un camino para identificar si el mercado al cual está apuntando INVERSIONES ADYD SAS es el mercado correcto.
- **Secundarias:** Como fuente de información secundario se cuenta con cada uno de los costos que se generan a la hora de realizar un pedido a nuestro aliado clave y con ello se podrá analizar la rentabilidad del negocio. Del mismo modo se contará con una población objetivo que ayudará a identificar si la propuesta de valor de INVERSI
- **Instrumento de recolección de la información:** cuestionarios, histórico de compras, histórico de clientes, histórico de competidores, entre otros.
- **Selección de la muestra:**
 - **Población:** Clientes potenciales
- **Validación de la propuesta de valor:** con el fin de validar la propuesta de valor de INVERSIONES ADYD SAS se pretende usar un cuestionario realizado mediante Google Forms en donde se contará con la respuesta de 5 personas en edad entre los 25 y 35 años de edad y quienes consumen productos cosméticos.
- **Validación del precio en el mercado:** Para evaluar el precio de los productos en el mercado se pretende usar un cuestionario que será aplicado a personas que ya conocen los productos y se espera que ellos brinden su percepción del precio y los beneficios que estos le generan.
 - **Unidad de muestreo:** para crear la proyección de mercado de INVERSIONES ADYD SAS es necesario contar con la información del pedido inicial con el fin de identificar la rentabilidad y tasa de retorno del negocio.
 - Para validar el nicho de mercado y el precio de los productos se tomarán la muestra de 10 encuestas a personas dividida de la siguiente manera:

5 personas de entre 25 a 35 años serán encuestadas para validar la propuesta de valor de INVERSIONES ADYD SAS y 5 personas serán encuestas para validar la percepción del precio en el mercado de los productos comercializados.

- - **Cálculo de la muestra:** Para realizar una proyección de ventas y retorno de la inversión se realizan cálculos de supuestos para determinar las posibles ventas y utilidades generadas con las mismas.

En cuanto a las encuestas realizadas el cálculo de la muestra se dará apoyados e Google Forms que genera automáticamente las estadísticas y graficas correspondientes a las diversas repuestas de las personas entrevistadas.

- **Alcance:** INVERSIONES ADYD SAS contará con una cobertura en Medellín, área metropolitana y los municipios aledaños, de igual forma se pretende contar en un corto plazo con cobertura Nacional.
- **Tiempo de aplicación:** La investigación se realizará durante 18 meses.
- **Recolección de la información:** La recolección de la información será recolectada en los primeros 9 meses de funcionamiento de la empresa INVERSIONES ADYD SAS.

6. RESULTADOS

6.1. SEGMENTOS DE CLIENTES

6.1.1 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Inversiones ADYD SAS actualmente centra sus objetivos en los clientes que se encuentran ubicados en la ciudad de Medellín debido a que los clientes que pueden tener un contacto más rápido por el lugar donde se encuentra la empresa, pero eso no quiere decir que deja de ser menos importantes los clientes que se encuentran fuera de Medellín, para ellos inversiones dispone de empresas transportadoras cercanas al lugar de operación.

6.1.2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Hombres y mujeres entre las edades de 25 y 35 años que cuenten con un título universitario, que posean un cargo importante dentro de una compañía, que su salario esté en un promedio de 2.500.000 en adelante.

6.1.3 SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

Se espera que sean personas que estén en constantes capacitaciones, reuniones, que sean sociables y siempre quieran sentirse bien. Es necesario que sean personas activas en las redes sociales y que sus compras sean motivadas por las publicidades que allí encuentran.

6.1.4 Perfil del Cliente

Ilustración 1 Perfil Cliente



Fuente: Autor

Ilustración 2 Perfil Cliente



Fuente: Autor

6.2. PROPUESTA DE VALOR

Ilustración 3 Propuesta de valor



Fuente: Autor.

INVERSIONES ADYD SAS ofrece al mercado productos cosméticos que se adaptan a las diferentes necesidades de los clientes, es por ello que dentro de INVERSIONES ADYD SAS los clientes encontrarán una forma amigable de comprar y pagar sus pedidos, por medio de nuestra E-commerce y realizar sus pagos por medio del Link habilitado para dicho proceso haciendo uso del medio de pago que ellos prefieran.

INVERSIONES ADYD SAS busca crear una relación cercana con cada uno de sus clientes es por esto que pone a disposición de cada uno un probador de productos ubicado en la bodega principal con el fin de que el cliente conozca los productos antes de comprarlos. Para INVERSIONES ADYD SAS es muy importante la satisfacción de sus clientes y por esto ofrece una atención completamente personalizada preventiva y posventa para que el cliente siempre se sienta seguro, apoyados en videos explicativos de los productos que serán publicados en nuestra página Web buscamos que el cliente siempre cuenta con la información necesaria.

6.2.1 CARACTERÍSTICAS RELEVANTES (SOLUCIÓN)

Teniendo en cuenta las necesidades actuales que presenta nuestro cliente ideal, hemos adoptado unas características que ayudarán a que el cliente prefiera los productos que nosotros ofrecemos, dentro de nuestras características más importantes están la creación e implementación de un link de pago que ayudará a que el cliente pueda realizar sus compras con cualquier método de pago, ya sea tarjeta de crédito o tarjeta débito.

Con el fin de ser más cercanos a nuestros clientes se hará uso de una nueva e-commerce en donde se podrá realizar la compra de los productos de una forma más amigable y en donde los clientes podrán encontrar información útil de cada uno de los productos.

Hemos decidido implementar una atención personalizada a cada uno de nuestros clientes en donde se dará respuesta a cada una de sus inquietudes y se hará seguimiento oportuno al pedido con el fin de que el cliente siempre esté satisfecho con nuestra atención.

6.2.2 VENTAJA COMPETITIVA (VENTAJA INJUSTA)

Pensando siempre en la satisfacción de nuestros clientes hemos creado espacios en donde ellos puede hacer uso de cada uno de los productos, este espacio es denominado el probador de productos, allí el cliente puede probar el producto, utilizarlo antes de realizar su compra, para el bienestar de cada uno de ellos implementamos servicios que le dan un plus a la venta y atención del cliente como lo es la creación de un link de pago por medio de WOMPI de Bancolombia en donde se permite el pago de manera virtual ya sea con tarjeta de crédito, débito o transferencia.

El aspecto más importante en cuanto a la ventaja competitiva de INVERSIONES ADYD SAS es la disponibilidad inmediata de los productos, ya sea los que se encuentran en lanzamiento o aquellos que ya tienen trayectoria en el mercado, INVERSIONES ADYD SAS cuenta actualmente con un inventario alto que permite satisfacer las necesidades de los clientes.

6.2.3 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.

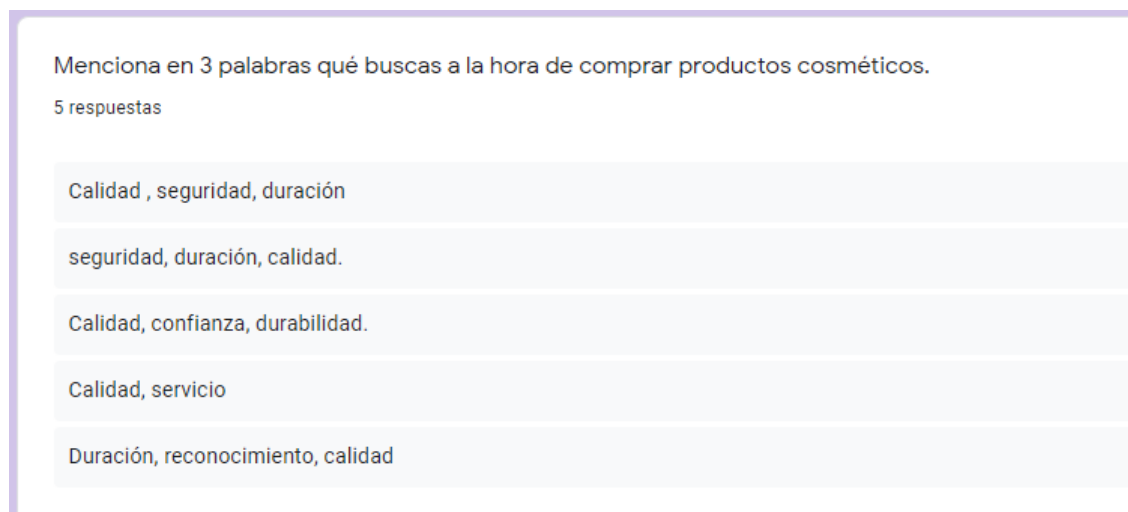
Con el fin de validar la propuesta de valor que INVERSIONES ADYD SAS quiere ofrecer a sus clientes, se crea por medio de Google Forms una encuesta en donde se relacionan todos los puntos clave de la propuesta de INVERSIONES ADYD SAS y con ello se busca identificar si la propuesta de valor está relacionada con lo que realmente el mercado busca.

En el siguiente enlace se puede encontrar el formulario realizado:

<https://docs.google.com/forms/d/1FM6J4OgLI4TJ2MwQwa45D2RueXuWfREnP86tGXDHTkU/edit>

A continuación, en las ilustraciones se evidencian las respuestas obtenidas a las 5 personas encuestadas estas personas se encuentran en un rango de edad de 25 a 30 años, todos son consumidores activos de productos cosméticos y generalmente realizan sus pagos de manera virtual, y con ello se valida que la propuesta actual apunta a lo que realmente el cliente busca en el mercado.

Ilustración 4 Validación propuesta de valor



Menciona en 3 palabras qué buscas a la hora de comprar productos cosméticos.

5 respuestas

- Calidad , seguridad, duración
- seguridad, duración, calidad.
- Calidad, confianza, durabilidad.
- Calidad, servicio
- Duración, reconocimiento, calidad

Fuente: Autor

Ilustración 5 Validación propuesta de valor

¿ Qué te llama la atención a la hora de escoger un producto cosmético?

5 respuestas

Su empaque.

sus usos y beneficios.

La marca o referencia dada sobre el mismo

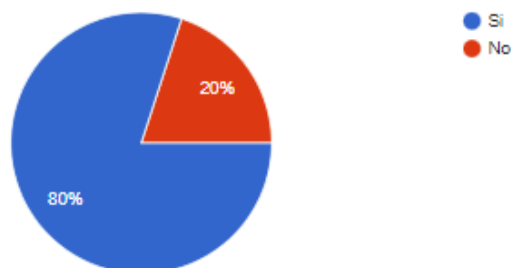
La atencion brindada y los beneficios obtenidos del producto

su empaque

Ilustración 6 Validación propuesta de valor

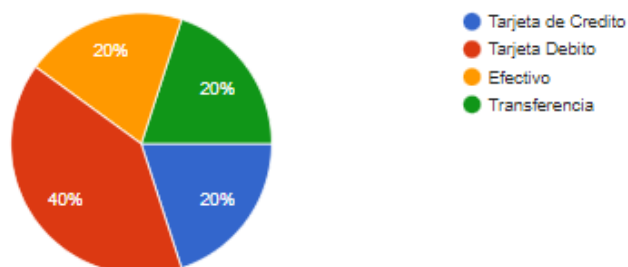
¿ Te parece necesario que las empresas de cosméticos tengan pagina Web en donde puedas realizar tus compras?

5 respuestas



¿Cuál es tu método de pago mas utilizado?

5 respuestas



Fuente: Autor

Ilustración 7 Validación propuesta de valor



Fuente: Autor

Ilustración 8 Validación propuesta de valor

¿Crees importante probar productos cosméticos antes de comprarlos? ¿Por qué?

5 respuestas

Si, me parece interesante conocer la calidad del producto.

No, muchas veces se compran productos por su empaque, por su promoción sin antes conocerlo.

Si, para conocer su calidad.

si, si es una nueva marca para identificar su calidad y beneficios.

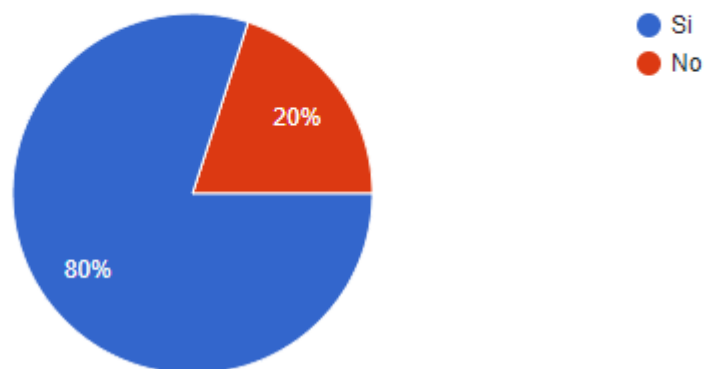
si, es necesario conocer que se esta adquiriendo y mas cuando se trata de un producto cosmético.

Fuente: Autor.

Ilustración 9 Validación propuesta de valor

¿ Realizas compras online ?

5 respuestas



Fuente: Autor.

6.2.4 IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES CLAVE

Teniendo en cuenta que la marca se encuentra posicionándose en el mercado, INVERSIONES ADYD SAS considera como sus competidores aquellas personas que distribuyen al detal o al por mayor los mismos productos.

Tabla 1 Competidores clave

DISTRIBUIDOR	DIRECCIÓN	TELÉFONO
LORENA LOPEZ	CARRERA 11A # 5 A-60	2897865
CRISTINA ARBOLEDA	Calle 88 42A 39	3155386987
SANDRA CASTRILLON	CALLE 49 A 45 08	3045350023

Fuente: Autor.

6.2.5 Diferenciación de la propuesta frente a los competidores

Tabla 2 Comparativo de los atributos de valor frente a los competidores

Atributos de valor	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3
LINK DE PAGO	No posee	No posee	No posee
PROBADOR DE PRODUCTOS	No posee	No posee	No posee
PAGINA WEB	Si posee	No posee	No posee
INVENTARIO AMPLIO	No posee	No posee	No posee

Fuente: Autor

TIPOS DE CANAL		FASES DE CANAL				
PROPIO DIRECTO	Ventas en internet Tienda propia Equipo de ventas	INFORMACION Inversiones ADYD SAS llega a sus clientes por medio de las redes sociales, haciendo pautas publicitarias y apoyados de Facebook ADS.	EVALUACION Con el fin de evaluar nuestra propuesta de valor, se crea una encuesta de satisfacción que nos indique como se encuentra el cliente con nuestra relación comercial y que del mismo modo nos ayude a estar en mejora continua.	COMPRA Nuestros clientes pueden realizar sus pedidos por medio de nuestra e-commerce en donde también encontrarán el WhatsApp Business donde recibirán una asesoría completamente personalizada.	ENTREGA Hemos creado una alianza con una empresa de mensajería de la ciudad de Medellín llamada Jaguar Express con la cual los clientes podrán recibir su pedido el mismo día y hacer pago contra entrega. Para los pedidos que deben viajar a otra ciudad la bodega de INVERSIONES ADYD SAS se encuentra ubicada estratégicamente	POSVENTA Nuestra línea de atención de WhatsApp Business se encuentra disponible de lunes a sábado de 8Am a 6Pm, allí nuestros clientes pueden solicitar la asesoría necesaria, realizar reclamaciones o sugerencias sobre su experiencia.
SOCIO INDIRECTO	Mayorista					

					y el cliente puede elegir la transportadora que más se adapte a sus necesidades.	
--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Autor.

Ilustración 10 CUSTOMER JOURNEY MAP



Fuente: propia.

6.4 RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Para llegar a los clientes INVERSIONES ADYD SAS se apoyará de la publicidad que ofrecen las redes sociales como Facebook, Instagram, se creará una estrategia de Marketing que ayude a impulsar la marca en el mercado.

Del mismo modo se seguirá utilizando el Voz a Voz que ha hecho que nuevos clientes conozcan a INVERSIONES ADYD SAS.

Para el conocimiento del producto se ha implementado una estrategia denominada probador de productos, este se encuentra ubicado en la bodega de INVERSIONES ADYD SAS y allí cada uno de los clientes puede acercarse a probar el producto de su preferencia y así conocer su calidad sin haberlo comprado.

También dentro de la página Web se pondrá a disposición del cliente diversos videos explicativos de los productos para que ellos puedan identificar si el producto se adapta a sus necesidades.

Para INVERSIONES ADYD SAS es muy importante la relación que crea con sus clientes y es por ello que en la cuenta de WhatsApp Business tiene un guion establecido para que cada uno de los asesores comerciales se comuniquen de la misma manera y le brinden la mejor atención a cada uno de los clientes.

En cuanto al envío o recolección personal de pedidos, se establece un tiempo de garantía de 24 Horas, en donde el cliente debe reportar a nuestra línea de atención la inconsistencia en la cantidad de productos o la recepción de un producto en mal estado.

Finalmente, para la entrega a domicilio de los pedidos INVERSIONES ADYD SAS cuenta con una empresa aliada de mensajería que se compromete a entregar de forma ágil y segura los pedidos a cada uno de los clientes.

6.5 FUENTES DE INGRESOS

La forma de monetizar a INVERSIONES ADYD SAS se da por medio de la venta directa, la comercialización al por menor y al por mayor de productos cosméticos.

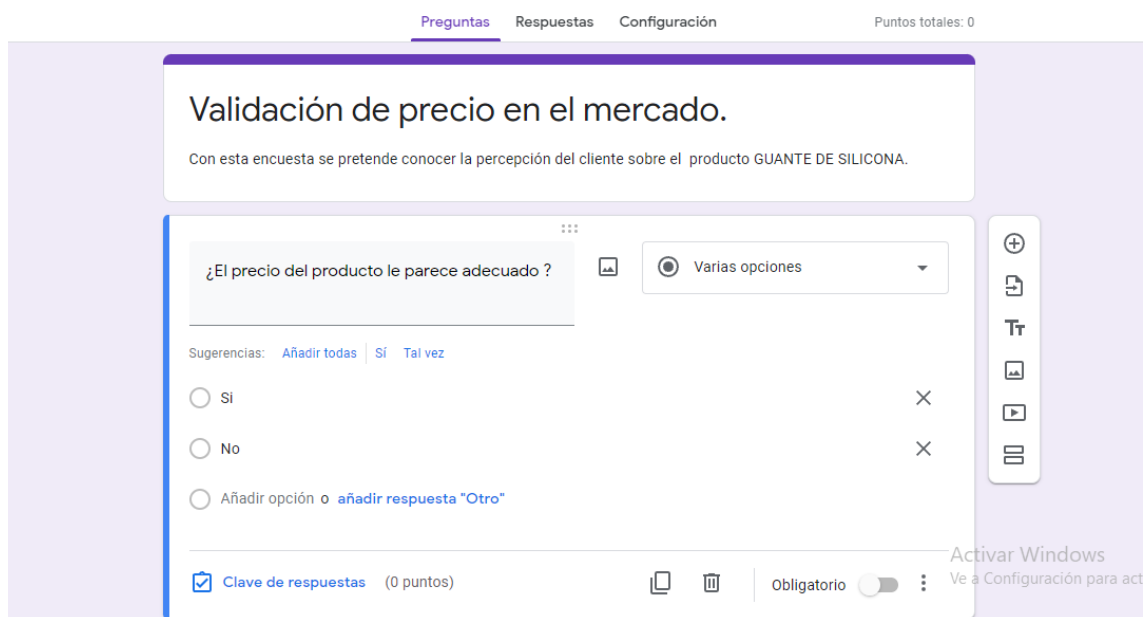
Se cuenta con pagos en efectivo, transferencias bancarias y un link de pago que acepta cualquier medio de pago como tarjeta de crédito, tarjeta debito o transferencia interbancaria.

6.5.1 VALIDACION DE PRECIO EN EL MERCADO

El precio validado en el mercado fue de \$24.000.

Percepción	Descripción
Barato y mala calidad	N/A
Buen precio	El cliente indica que el producto cuenta con un buen precio para los beneficios que este ofrece.
Caro, pero dispuesto a pagar.	El cliente se encuentra dispuesto a pagar el precio del producto.
Caro, no vale la pena comprar	N/A

Para identificar las respuestas de la tabla anterior, se aplica una encuesta a clientes que consumen el producto llamada Guante de Silicona el cual tiene un precio en el mercado de \$24.000, a continuación, se pueden identificar las percepciones de cada uno de los clientes.



Fuente: Propia

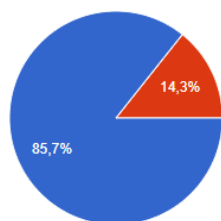
El siguiente enlace dirige a la encuesta realizada para validar el precio del producto en el mercado:

<https://docs.google.com/forms/d/1MiYK5NnsJXT56cWu06rLK8HmarZNE8Td9fHEyeuRil0/edit>

Las siguientes imágenes muestran el resultado de la encuesta realizada a las personas con el fin de determinar el comportamiento del precio del producto en el mercado y como los clientes pueden percibir y si ellos deciden o no hacer uso del mismo, para esta encuesta se tuvieron en cuenta personas de entre 25 a 30 años, se analizaron personas que ya han tenido una interacción o son consumidores del producto analizado en el mercado.

¿El precio del producto le parece adecuado ?

7 respuestas



Fuente: Propia

¿Está dispuesto a pagar el precio actual del producto?

7 respuestas

● Si
● No

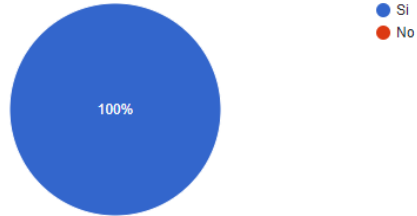


● Si
● No

Fuente: Propia

Suponiendo que el producto tenga un costo elevado, ¿está dispuesto a pagar por el?

7 respuestas



Fuente: Propia

Tabla 3 Precio frente a la competencia

EMPRESA	PRODUCTO	PRECIO
NATURA	Crema frambuesa TODODIA	\$50.900
OBOTICARIO	Nativa spa	\$34.900
HINODE	Guante de silicona	\$24.000

Fuente: Autor.

6.5.2 Costo de Producto / Servicio

Tabla 4 INVERSION INICIAL

INVERSION INICIAL	
CONCEPTO	VALOR
MERCANCIA	\$ 43,339,068
PAPELERIA	\$ 500,000
IMPRESORA	\$ 650,000
COMPUTADOR	\$ 1,200,000
ESTANTERIA	\$ 1,200,000
TELEVISOR	\$ 1,600,000
ESCRITORIO	\$ 350,000
TOTAL INVERSIÓN INICAL	\$ 48,839,068

Fuente: Autor.

Tabla 5 Costos de funcionamiento

COSTOS DE FUNCIONAMIENTO				
DESCRIPCIÓN	UNID	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arrendamiento	1	1	\$650.000	\$650.000
Energía	1	1	\$35.000	\$35.000
Agua	1	1	\$26.000	\$26.000
Alcantarillado	1	1	\$14.931	\$14.931
Internet	1	1	\$86.000	\$86.000
Plan Celular	1	1	\$ 47.689	\$47.689
TOTAL				\$859.620

Fuente: Autor.

Tabla 6 COSTOS DE PERSONAL

COSTOS DE PERSONAL				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Salarios y prestaciones sociales.	1	3	\$1.382.285.33	\$4.146.855,99

Fuente: Autor

6.6 Actividades clave

Para el normal funcionamiento de INVERSIONES ADYD SAS es necesario contar con un constante control del inventario con el fin de garantizar la existencia de productos, por ello también es necesario actualizar los productos cada vez que la empresa hace un nuevo lanzamiento y con esto poder satisfacer la necesidad que posee el cliente de consumir nuevos productos.

El inventario dentro de la bodega se realizará cada 30 días siempre al finalizar el mes, esto con el fin de identificar cuáles son los productos que poseen pocas existencias dentro del stock y con ello realizar el pedido a principio del próximo mes para siempre contar con existencia dentro del inventario.

Del mismo modo para garantizar una atención completamente personalizada y eficaz INVERSIONES ADYD SAS crea un guion dentro de sus aplicaciones como WhatsApp Business, Instagram y su E-commerce para generar la sensación de cercanía con cada uno de sus clientes y se estipula la contestación de mensajes en orden de llegada, para ello se cuenta con un personal capacitado en cuanto a atención al cliente.

INVERSIONES ADYD SAS tiene también dentro de sus actividades clave una relación o contacto constante con la transportadora encargada de enviar los pedidos generados a la empresa HINODE, por ello se cuenta con un contrato con SERVIENTREGA para que dicha transportadora sea la encargada de enviar y recolectar los productos solicitados y en caso de existir una avería entre los mismos, SERVIENTREGA es la encargada de recogerlos en la bodega de INVERSIONES ADYD SAS y enviarlos nuevamente a HINODE para su verificación y respectiva garantía.

INVERSIONES ADYD SAS busca evolucionar en cuanto a temas de cercanía al cliente y por ello le apunta a la creación de su página Web y tiene con actividad clave una actualización constante de la misma con el fin de garantizar que el cliente siempre pueda encontrar información de los productos o pueda generar allí sus pedidos.

6.7 Recursos Clave

Responder las siguientes preguntas:

¿Qué recursos clave requiere la propuesta de valor?

La propuesta de valor de INVERSIONES ADYD SAS requiere dentro de sus recursos claves una amplia variedad de productos cosméticos dentro de su inventario para tener la capacidad de suplir todas las necesidades de sus clientes, también es necesario establecer una relación bancaria con Bancolombia, su producto financiero Wompi y también su cuenta de ahorro empresarial la cual genera un código QR para el pago presencial en la bodega, de igual forma es necesaria la creación y actualización constante de la E-commerce que ayudará a que los clientes soliciten sus pedidos de manera más ágil y con el fin de brindar una asesoría completamente personalizada se tiene como recurso clave la adaptación de una línea de WhatsApp Bussines.

Con el fin de brindar el mejor servicio a nuestros clientes, INVERSIONES ADYD SAS contará con un personal capacitado y dispuesto a brindar la mejor asesoría, se cuenta con un mobiliario que ayudará a mejorar la experiencia del cliente al interior de la bodega, este mobiliario será un mostrador de productos en donde se pueden probar los mismos sin antes comprarlos.

¿Los canales?

Los canales por donde se dará a conocer INVERSIONES ADYD SAS será por medio de las redes sociales, Instagram, Facebook(meta), Google, impulsados por las diversas formas de publicidad que estas ofrecen y también se dará a conocer por medio de la voz a voz.

Dentro del funcionamiento de INVERSIONES ADYD SAS se cuenta con un canal directo que es la bodega en donde se puede tener contacto con el cliente de forma presencial.

¿Relaciones con los clientes?

INVERSIONES ADYD SAS busca tener con sus clientes una relación cercana y amigable, contando con un personal capacitado que satisfaga sus necesidades y que siempre este en disposición de responder las inquietudes que ellos presenten y se responda en la menor brevedad la solicitud de pedidos generados.

¿Las fuentes de ingreso?

Las fuentes de ingreso de INVERSIONES ADYD SAS son la venta directa, venta al por menor y al por mayor de productos cosméticos.

La forma de monetizar el negocio se realiza por medio de pagos electrónicos, pagos con tarjeta de crédito, tarjeta débito, transferencias y dinero en efectivo.

Para facilitar los pagos de los clientes INVERSIONES ADYD SAS habilita por medio del producto financiero Wompi de Bancolombia un link de pago.

6.8 Aliados clave

Dentro de sus aliados más importantes INVERSIONES ADYD SAS cuenta con:

HINODE SAS

Hinode (HDN) es la multinacional de cosméticos y cuidados de la piel más destacada de Brasil, cuenta con 32 años de operación y 4 años de expansión internacional. (SEMANA, 2021)

Hinode es el aliado más importante para INVERSIONES ADYD SAS, es la empresa a la cual se le compran todos los productos comercializados y quien aporta muchos beneficios de precio a la empresa.

JAGUAR EXPRESS

Empresa dedicada a la mensajería que se une estratégicamente a INVERSIONES ADYD SAS con el fin de brindar el mejor servicio en cuanto a envíos locales de los pedidos generados por los clientes, la planeación con JAGUAR EXPRESS es brindar un servicio ágil y de calidad en donde cada uno de los productos sean entregados al cliente final en óptimas condiciones.

SERVIENTREGA

Servientrega es un aliado clave para INVERSIONES ADYD SAS para el envío de los pedidos generados a HINODE y las devoluciones que se deben realizar cuando dentro de un lote de productos se encuentra algún producto en condiciones desfavorables.

6.9 Estructura de costos

Para identificar la rentabilidad del negocio y la tasa de retorno de la inversión inicial se realiza una proyección de ventas basados en el primer pedido generado y haciendo un supuesto de ventas del 70% de los productos comprados inicialmente.

Mes	-	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Demanda (Unidades)	0	2251	2380	2522	2666	2815	2974	3141	3314	3494	3687	3892	4104
Inversión Inicial	-\$48.839.068												
Ingresos		\$42.842.071	\$45.585.590	\$48.802.795	\$52.041.933	\$55.354.223	\$58.843.305	\$62.462.639	\$66.183.865	\$70.071.088	\$74.376.135	\$78.878.005	\$83.534.496
Costo producto		\$30.337.347	\$32.266.689	\$34.530.444	\$36.811.745	\$39.144.340	\$41.606.850	\$44.158.279	\$46.782.994	\$49.523.755	\$52.544.661	\$55.705.631	\$58.973.263
Mano de Obra		\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000	\$ 1.094.000
Honorarios contabilidad		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Envíos de mercancías		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Gastos de papelería y aseo		\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000
Gastos legales		\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000
Impuestos		\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000
Arriendo local		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Utilidades	-\$48.839.068	\$ 9.481.723	\$10.295.901	\$11.249.351	\$12.207.188	\$13.186.883	\$14.213.454	\$15.281.360	\$16.377.872	\$17.524.333	\$ 18.808.474	\$ 20.149.374	\$ 21.538.234
TIR		24%											
Payback		0,27											

Con esto se puede identificar que la TIR es de un 24% lo que indica que la comercialización de los productos en dicha proporción es rentable y ayuda a retornar la inversión inicial en el tiempo estipulado.

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Inversores • HINODE • Proveedores de papelería • Jaguar Express • Servientrega 	<ul style="list-style-type: none"> • Control constante de inventario. • Relación con transportadora o empresa de mensajería. • Actualización constante de la página Web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos cosméticos que se adaptan a las diversas necesidades de los clientes. • E-commerce amigable para la realización de pedidos y consulta de información sobre los productos • Link de pago para realizar las compras con el medio de pago que el cliente elija. • Probador de productos para conocer su calidad antes de comprarlos • Atención personalizada 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada en todo momento. • Soporte preventa y posventa. 	<p>Hombres y mujeres entre los 25 y 35 años de edad, que tengan una vida activa en cuanto a relaciones laborales, relaciones personales y cotidianas, que busquen cuidar su apariencia física durante cada uno de los eventos de su día a día.</p>
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Recurso Humano: perfil profesional, capital humano. • Recurso Físico: Bodega física y mobiliario, como estanterías, sillas, escritorios. 		<p>Publicidad por medio de Redes sociales.</p> <p>Página Web.</p> <p>Bodega Física</p> <p>Entregada por medio de transportadoras locales o</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> • Recurso Financiero: Capital financiero. • Pasarela de pago Wompi. • Código QR Bancolombia. 	preventa posventa.	y la empresa de mensajería aliada.	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		
Arrendamiento Nómina y prestaciones sociales Publicidad en redes sociales. Página Web. Fletes de envío Servientrega.		<ul style="list-style-type: none"> • Venta Directa. • Venta al por menor y al por mayor. • Métodos de pago asequibles a cada una de las necesidades de los clientes (transferencia, pago online, efectivo). 		

7. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta las investigaciones realizadas en cuanto al mercado de Cosméticos en Colombia se puede identificar que el mercado de estos productos tiende a tener un crecimiento importante en los próximos años; según un artículo publicado por la revista Semana informa sobre las ventas alcanzadas por nuestro aliado clave Hinode que superan los 15 millones de dólares en el presente año, lo que indica que esta industria sigue creciendo, aunque se ha visto un poco afectada por la pandemia.

Del mismo modo y centrándonos en INVERSIONES ADYD SAS y sus clientes objetivos gracias a las encuestas realizadas pudimos identificar que el 90% de los clientes están dispuestos a pagar el precio de los productos y que un 85% de los clientes se encuentra interesados en utilizar nuestro elemento diferenciador denominado probador de producto y también encuentran más amigable el poder elegir su método de pago preferido.

Gracias a la proyección financiera que se realizó se identificó que este emprendimiento posee una tasa de retorno del 24% y una recuperación del dinero en un plazo estimado de 0.27 años.

Para finalizar la investigación de INVERSIONES ADYD SAS se busca concluir y tomar consciencia que es necesario siempre implementar una planeación dentro de cualquier tipo de negocio todo con el fin de que las cosas puedan funcionar de la mejor manera.

8. RECOMENDACIONES

- Para el aliado clave y más importante de INVERSIONES ADYD SAS como lo es HINODE se encontraron unas falencias dentro de la plataforma que actualmente indica los pedidos generados, los pedidos generados por los clientes y el stock existente; dentro de esta plataforma no se evidencia un histórico con el cual se puedan analizar los datos obtenidos en los meses anteriores y lo cual hace que el estudio del negocio sea un poco complicado al no tener toda la información.
- Actualmente esta misma plataforma no crea una base de datos de los clientes en donde se pueda tener un contacto mas ameno con ellos y se logre una fidelización y que ellos siempre prefieran a INVERSIONES ADYD SAS por el servicio brindado.
- Para tener buenos resultados a la hora de emprender cualquier tipo de negocio es necesario contar con toda una estructura de planeación financiera y logística que ayude a identificar primero la rentabilidad del negocio y segundo que muestre como se puede satisfacer al cliente dando cumplimiento a la propuesta de valor que se esta planteando.
- Para mejorar el funcionamiento logístico de INVERSIONES ADYD SAS es necesario crear un plan de trabajo en donde se reduzcan los tiempos de entregas y las demoras generadas en la recepción de los pedidos, para ello es necesario crear una línea de producción que estandarice todo el proceso logístico y así se disminuyan las demoras y los sobrantes y faltantes dentro del inventario.

9. BIBLIOGRAFÍA

DUMASHE. (08 de 2021). *DUMASHE.COM*. Obtenido de DUMASHE.COM:
<https://www.dumashe.com/maquillaje-en-colombia-movera-12000-millones-de-dolares-en-el-2021/>

REPUBLICA, L. (08 de 2021). *LAREPUBLICA.COM*. Obtenido de
<https://www.larepublica.co/empresas/los-colombianos-gastaron-en-promedio-179000-en-cosmeticos-durante-la-pandemia-3118189>

Roberto Hernandez, C. F. (2010). *Metodologia de la Investigacion*. Medellin: Mac Graw Hill.

SEMANA. (10 de 2021). *REVISTA SEMANA* . Obtenido de REVISTA SEMANA :
<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/hinode-sigue-creciendo-en-colombia-y-alcanzo-ventas-por-15-millones-dolares/202153/>

VLEX, I. j. (08 de 2021). *VLEX*. Obtenido de <https://vlex.com.co/vid/reglamentan-regimenes-sanitarios-cosmeticos-59761894>