

EMPRENDIMIENTO EMPRESA TRENDYS CO

**Autoras:
MARIANA ALVAREZ MAZO
SARA HENAO JIMÉNEZ**

**FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO**

MEDELLÍN

JUNIO 2023

EMPRENDIMIENTO DE EMPRESA TRENDYS CO

Autoras:

**MARIANA ALVAREZ MAZO
SARA HENAO JIMÉNEZ**

Asesora:

**MARIA MAGDALENA MENA TABORDA
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS
ESPECIALISTA EN ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL**

**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL PRESENTADO COMO REQUISITO
PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL EN GESTIÓN DEL DISEÑO**

**FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO**

MEDELLÍN

JUNIO 2023

CONTENIDO

1.	PLATAFORMA ESTRATÉGICA.....	6
1.1	MISIÓN	6
1.2	VISIÓN	6
1.3	OBJETIVOS	7
1.3.1	Objetivo General.....	7
1.3.2	Objetivos Específicos	7
1.4	VALORES CORPORATIVOS	7
2	MÓDULO DE MERCADOS	8
2.1	JUSTIFICACIÓN O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
2.2	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	9
2.3	ANÁLISIS DEL SECTOR	10
2.3.1	Generalidades Del Sector	10
2.3.2	Desarrollo Y Comportamiento Del Sector	11
2.3.3	Evolución Y Tendencias Del Sector.....	11
2.4	ANÁLISIS DEL MERCADO	12
2.4.1	Diagnostico.....	12
2.4.2	Mercado Objetivo	12
2.4.3	Perfil Del Consumidor.....	13
2.5	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	13
3	ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	15
3.1	CONCEPTO DE SERVICIO.....	15
3.1.1	Descripción Básica	15
3.1.2	Especificaciones Del Servicio	16
3.1.3	Uso Del Servicio.....	18
3.1.4	Diseño.....	19
3.1.5	Calidad.....	19
3.1.6	Fortalezas Y Debilidades De Su Servicio Frente A La Competencia	20
3.2	DISTRIBUCIÓN	20
3.2.1	3.2.1 Canales De Distribución.....	20
3.3	PRECIOS DE LOS SERVICIOS	21
3.3.1	Precio De Lanzamiento	21
3.3.2	Condiciones De Pago	22
3.3.3	Impuesto A Las Ventas	22
3.3.4	Método Utilizado Para La Definición Del Precio	23
3.4	PROMOCIÓN	25
3.4.1	Descuentos Por Volumen O Pronto Pago.....	25
3.4.2	Manejo De Clientes Especiales	25
3.4.3	Costo De La Promoción De Lanzamiento.....	26
3.4.4	Descripción De La Promoción Para Motivar La Venta.....	27
3.5	COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.....	27
3.5.1	Estrategias De Difusión Del Servicio	27
3.5.2	Medios Y Tácticas De Comunicación	27
3.5.3	Costos De La Estrategia A Utilizar	28
3.6	SERVICIOS.....	28

3.6.1	Procedimientos De Garantías Y Servicios Post Ventas.....	28
3.6.2	Mecanismos De Atención A Clientes.....	28
3.7	PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS	29
3.8	PROYECCIÓN DE VENTAS	30
4	MÓDULO OPERATIVO	31
4.1	OPERACIÓN.....	31
4.1.1	Ficha Técnica De Servicio.....	31
4.1.2	Estado De Desarrollo.....	32
4.1.3	Descripción Del Proceso	32
4.1.4	Necesidades Y Requerimientos	34
4.2	INFRAESTRUCTURA	35
4.2.1	Infraestructura:.....	35
4.3	PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES.....	35
5	MÓDULO ORGANIZACIONAL.....	36
5.1	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....	36
5.1.1	Análisis DOFA	36
5.1.2	Organismos De Apoyo	37
5.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	38
5.3	ASPECTOS LEGALES.....	38
5.4	COSTOS ADMINISTRATIVOS POR MES Y AÑO.....	39
5.4.1	Gastos De Administración Y Personal Por Mes Y Año.....	39
6	MÓDULO FINANCIERO	40
6.1	INGRESOS	40
6.1.1	Fuentes De Financiación	41
6.1.2	Formatos Financieros:	42
6.2	EGRESOS.....	42
6.3	CAPITAL DE TRABAJO	43
7	PLAN OPERATIVO	44
7.1	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	44
7.2	METAS SOCIALES.....	47
7.3	IMPACTOS	47
7.3.1	Impacto Económico.....	47
7.3.2	Impacto Regional.....	48
7.3.3	Impacto Social	48
7.3.4	Impacto Ambiental	48
8	BIBLIOGRAFÍA Y CYBERGRAFÍA.....	50
9	ANEXOS.....	51

GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Árbol de problema Trendys Co. Fuente propia	9
Ilustración 2 Logo Trendys Co. Fuente propia.....	17
Ilustración 3 Imagen de servicio. Fuente Estudio Shaddai.....	18
Ilustración 4 Flujoograma de Servicio	33
Ilustración 5 Organigrama de Empresa	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de competencia. Fuente propia.....	15
Tabla 2 Especificaciones del servicio. Fuente propia.....	17
Tabla 3 Módulo económico. Fuente: María Magdalena Mena	21
Tabla 4 Tabla de Costos 1. Fuente: María Magdalena Mena.....	24
Tabla 5 Tabla de Costos 2. Fuente: María Magdalena Mena.....	25
Tabla 6 Promoción de Servicios.....	26
Tabla 7 Presupuesto de Mezcla de Mercados. Fuente: María Magdalena Mena	29
Tabla 8 Proyección de Ventas. Fuente: María Magdalena Mena.....	30
Tabla 9 Ficha Técnica.....	31
Tabla 10 Costos Fijos. Fuente: María Magdalena Mena.....	34
Tabla 11 Insumos Infraestructura. Fuente: María Magdalena Mena.....	35
Tabla 12 DOFA	37
Tabla 13 Costos Fijos 2. Fuente: María Magdalena Mena.....	39
Tabla 14 Gastos administrativos. Fuente: María Magdalena Mena	39
Tabla 15 Costos. Fuente: María Magdalena Mena.....	40
Tabla 16 Flujo de Caja. Fuente: María Magdalena Mena	41
Tabla 17 Estado de Resultados. Fuente: María Magdalena Mena	42
Tabla 18 Costos Fijos 3. Fuente: María Magdalena Mena.....	42
Tabla 19 Gastos administrativos 2. Fuente: María Magdalena Mena	43
Tabla 20 Capital de Trabajo	43
Tabla 21 Cronograma de Actividades	46

**GUÍA INFORME FINAL MODALIDAD EMPRENDIMIENTO
PLAN DE NEGOCIOS**

Código: **GDO- GU - 2**

Versión: **01**

Página: **1 de 1**

1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

1.1 MISIÓN

Brindar servicios de nuevos conceptos en líneas de maquillaje enfocadas en el cuidado de la piel, promoción de productos innovadores y creación de nuevas tendencias en la industria de la belleza, con alta calidad para empresas colombianas establecidas en Medellín, con el objetivo de posicionarlas en el mercado local.

1.2 VISIÓN

Ser reconocidos como líderes en la creación de conceptos y líneas de maquillaje innovadoras a nivel local, con una amplia gama de servicios de alta calidad, que cumplan con las tendencias de la industria de la belleza, el compromiso con el cuidado de la piel y la conservación del concepto de belleza natural.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- Establecer una empresa creadora de conceptos y líneas de maquillaje enfocadas en el cuidado de la piel, que brinde asesorías personalizadas y planeadas específicamente para las necesidades de empresas de la industria de la belleza, convirtiéndonos en el socio de confianza de estas empresas para contribuir en su éxito al ofrecer soluciones innovadoras y de alta calidad.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Asesorar a las empresas clientes en el mercado local y crear nuevas tendencias en la industria de la belleza en la región de Medellín.
- Crear servicios de alta calidad en nuevos conceptos de líneas de maquillaje que vayan con las tendencias de la industria de la belleza.
- Promover el cuidado de la piel y la conservación de la belleza natural, inspirando y promoviendo la protección solar y la hidratación adecuada de la piel.

1.4 VALORES CORPORATIVOS

- **Innovación:** nos esforzamos por crear servicios innovadores que se destaquen en la industria de la belleza.

- **Calidad:** nos comprometemos a ofrecer servicios para la generación de productos de alta calidad que cumplan con los estándares de la industria de la belleza.
- **Diversidad:** nos enfocamos en la inclusión y la diversidad en nuestros servicios de asesoría para el gremio de la belleza y cuidado de la piel.
- **Responsabilidad:** nos comprometemos a prestar un servicio integral y honesto a todos nuestros clientes.
- **Transparencia:** nos comprometemos a mostrar el servicio y sus opciones de manera oportuna y de la forma más correcta posible a todos nuestros clientes.

2 MÓDULO DE MERCADOS

2.1 JUSTIFICACIÓN O PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según (Ruiz, 2022), los productos más buscados por los colombianos en las Tiendas Oficiales de Mercado Libre fueron: la keratina para hidratar de Recamier, el labial dúo Tattoo de Belcorp, el champú seco Got 2 Be de Henkel, el agua micelar de L’Oreal y el limpiador fácil de Beurer. Lamentablemente, solo la marca Recamier es de origen colombiano, mientras que el resto de las marcas son importadas. Por lo tanto, Trendys Co se apunta a la necesidad de crear una empresa que brinde servicios innovadores en la industria de la belleza y la creación de nuevas tendencias en el mercado local. Trendys Co propone ofrecer asesorías personalizadas y específicas para las necesidades de las empresas de la industria de la belleza en Medellín, creando nuevos conceptos y líneas de maquillaje innovadoras que vayan con las tendencias de la industria. De esta forma, las empresas, negocios y emprendimientos locales tendrán más recursos y posibilidades competitivas en el mercado de la industria de la belleza, ya que podrán satisfacer de

mejor manera las necesidades de su público, fidelizar a sus clientes y llegar a más usuarios.

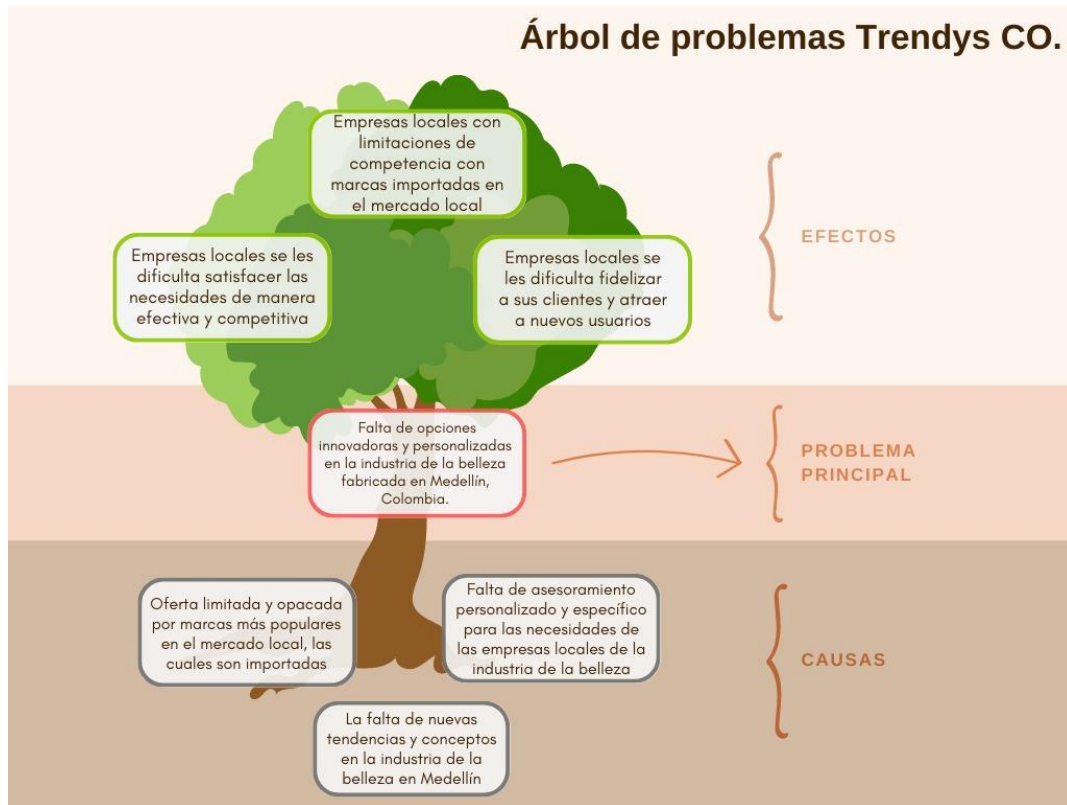


Ilustración 1 Árbol de problema Trendys Co. Fuente propia

2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

No es posible determinar con certeza cuál fue el primer producto de belleza importado en Colombia, ya que no hay registros precisos de este acontecimiento. Sin embargo, según datos del Observatorio de Complejidad Económica (OEC) en su informe de 2020, Colombia importó \$113 Millones en productos de belleza, convirtiéndose en el importador número 55 de productos de belleza en el mundo. En el mismo año, los productos de belleza fueron el producto número 84 más importado en Colombia. Los principales países de origen de las importaciones de productos de belleza en Colombia

son Estados Unidos (\$22,2M), España (\$14M), Francia (\$12,2M), México (\$11,2M) y China (\$11,2M), según el Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2023).

Históricamente, se sabe que la influencia de la industria de la belleza en Colombia se ha dado principalmente por la importación de productos y marcas reconocidas internacionalmente, como L’Oreal, Nivea, Maybelline, entre otras. Estas marcas y productos se han convertido en referentes de la industria y han sido adoptados por los consumidores colombianos debido a su calidad y efectividad.

Si no se hace nada por solucionar la falta de innovación y desarrollo en la industria de la belleza en Colombia, es probable que las empresas nacionales pierdan terreno frente a las marcas internacionales. Esto podría significar una disminución en la producción y empleo local, lo que podría tener un impacto negativo en la economía del país. Además, los consumidores colombianos tendrían que seguir dependiendo de productos importados y podrían no encontrar soluciones específicas para sus necesidades en el mercado local. En resumen, no abordar este problema podría tener consecuencias económicas y de satisfacción del cliente.

2.3 ANÁLISIS DEL SECTOR

2.3.1 Generalidades Del Sector

El sector de la belleza, bienestar y moda es una de las industrias más importantes del mundo actualmente, siendo una de las más rentables y al mismo tiempo más volubles y cambiantes del mercado, por ende, las empresas y sus marcas deben acostumbrarse y prever el cambio al que se le denomina tendencias, ya que estas tienden a transformarse a lo largo del año transcurrido por diversos motivos como lo son las estaciones del año, música, moda textil y colores principales de temporada, así como también se cambian por influencia de los mismos consumidores cuando empiezan a sentirse más cómodos con ciertas tendencias vistas principalmente patrocinadas por los llamados influencers,

embajadores de marcas que promocionan productos y su propio estilo de vida, primordialmente en redes sociales.

2.3.2 Desarrollo Y Comportamiento Del Sector

El mundo del maquillaje y la industria de la belleza han tenido un crecimiento exponencial en los últimos años. Según un artículo de La República, “Colombia lidera en los primeros cinco lugares en Latinoamérica, es en el sector de la belleza, una industria que le genera al país \$11 billones anuales, según el Instituto de Comercio Exterior, y que se proyecta crezca 11,6% en los próximos años. Según la fuente, el país es el cuarto de la región con más ventas” (Núñez, 2022).

2.3.3 Evolución Y Tendencias Del Sector

Últimamente, han nacido variedad de nuevas marcas tanto de celebridades como de negocios innovadores, esto lo vemos reflejado con la nueva marca de Selena Gómez, Rare Beauty, la cual fue un éxito desde sus primeros productos, no solo por estos, sino por el discurso y la inclusión de que todos somos “raros” o sea únicos sino por el discurso de inclusión refiriéndose a que “todos somos raros” (eslogan de la marca) lo que quiere decir que todos somos diferentes y únicos, por otro lado, está Colourpop una marca innovadora últimamente muy reconocida y cotizada por las personas por su calidad a buenos precios y también por sus constantes lanzamientos y productos novedosos. Pasando a marcas más locales y reconocidas con sus instalaciones en la ciudad de Medellín y Bogotá, se tiene en cuenta el éxito de campañas y productos que han tenido marcas como Atenea, Montoc, Ame, las cuales tienen demasiado potencial y un público objetivo dispuesto a crecimiento y ansioso por nuevas cosas.

2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.4.1 Diagnostico

El mercado de la belleza y la cosmética en Colombia es algo que ha cogido fuerza en los últimos años, por lo tanto las empresas propias de la región son relativamente nuevas y muy poco reconocidas a comparación de marcas externas como las de USA, Europa y Asia, ya que el mismo público consumidor no ve a estas marcas regionales como suficientemente buenas como para adquirirlas de forma más exclusiva, porque la realidad es que Colombia tiene marcas de maquillaje, skin care y cuidado de cabello y cuerpo muy buenas, con calidad excelente, productos innovadores y buenos precios, el problema se arraiga en el propio desconocimiento y poca promoción que tienen las mismas.

Sin embargo, con la llegada de los influencers, las redes sociales y la exposición de las marcas y sus conceptos en las mismas, se está haciendo un cambio importante en la mentalidad del mercado nacional, dándole más voz y posicionamiento a marcas colombianas que merecen dar competencia digna con las marcas favoritas que son principalmente importadas.

2.4.2 Mercado Objetivo

El mercado objetivo que busca la empresa Trendys Co principalmente son las empresas cosméticas pequeñas y medianas establecidas y visibilizadas en Medellín y el Valle de Aburrá, para hacer diagnósticos y sondeos de cómo estas impactan en sí la industria local y nacional, si podrían tener más alcance e incluso influencia en el sector de la

belleza de la región, para así crear un mercado más atractivo para los consumidores locales, afianzar más la marca y afiliarse de manera mucho más satisfactoria a sus clientes y establecer una línea visible entre el dominio de la industria local y la industria extranjera exportada.

2.4.3 Perfil Del Consumidor

Como ya se mencionó anteriormente, se ha visto y estudiado varias marcas que pueden ser candidatas a usuarios de los servicios que Trendys Co. desea prestar y estas son: Samy Cosmetics S.A, Raquel Cosmetics S.A, Khol Cosmetics, Aurora Pro MakeUp, Atenea Profesional MakeUp, Montoc, AME Cosmetics, Lina Toro Beauty.

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Trendys Co. Pretende ser una empresa promotora de marcas colombianas, enfocándose principalmente en la región de Medellín, prestando servicios de asesoramiento en marketing y creación de conceptos de productos, servicios o líneas de ambos, con el fin de que las empresas crezcan de manera orgánica y con méritos propios, además de encaminar a las mismas a enfocarse en su mercado colombiano, creando productos y servicios que en verdad piensen y se pongan a disposición de las personas colombianas, con sus culturas, climas, variedades de tipos de piel y tonalidades y demás atributos particulares que las empresas deben tener en cuenta a la hora de lanzar campañas y poder triunfar en este medio tan turbulento.

Por lo pronto, no se sabe a ciencia cierta si existe alguna empresa que preste servicios similares o iguales, sin embargo, se debe tener en cuenta que las empresas contarán con equipos de marketing y diseño dentro de sus estructuras organizacionales, a lo cual se

tiene que dar a conocer e imponer que el servicio nuevo que Trendys Co. Prestará es indispensable y un plus necesario que las marcas deben buscar para que su identidad de marca reflejada en sus productos y servicios sean exitosos.

Empresas	Sustituto	Instalaciones físicas	% de mercado	Calidad de producto
Buho Agencia Digital	Servicios de asesoramiento de marca y publicidad, consultoría de estrategias digitales	Atención virtual	10 – 25%	Alta, servicios personalizados y adaptables para las empresas
Knowbi Agencia de Marketing	Servicios de asesoramiento de marca y publicidad, consultoría de estrategias digitales	Atención virtual	10 – 20%	Alta, servicios personalizados y adaptables para las empresas
Trendys Co. Agencia de Publicidad y Marketing	Servicios de creación de conceptos y líneas de maquillaje enfocadas en el cuidado de la piel, que brinde asesorías personalizadas y planeadas específicamente para las necesidades de empresas de la industria de la belleza	Atención virtual Coworking	50 – 60%	Alta, servicios personalizados específicos para un segmento del mercado, en el cual la empresa se especializa
Canales de distribución	Utilización de tecnología	Debilidades de servicio	Fortalezas	
Redes sociales, página web, teléfono	Alto, ya que los servicios se prestan de manera digital, al igual que toda la comunicación	Sus servicios están enfocados solamente en publicidad y marketing para cualquier tipo de empresa, y no en un sector específico del mercado	Servicios personalizados de marketing digital, manejo de redes, estrategias digitales	
Redes sociales, página web, teléfono	Alto, ya que los servicios se prestan de manera digital, al igual que toda la comunicación	Sus servicios están enfocados solamente en publicidad y marketing para cualquier tipo de empresa, y no en un sector específico del mercado	Servicios personalizados de marketing digital, manejo de redes, estrategias digitales	

Encuentros presenciales, Redes sociales, página web, correo electrónico y canales de telefonía	Alto, ya que los servicios se prestan de manera personalizada, enfocándose en sus necesidades en tiempo real y con absoluto acompañamiento	Servicios únicos en el mercado con difícil reconocimiento	Servicios personalizados de marketing digital, manejo de redes, estrategias digitales, campañas de productos o servicios nuevos o líneas de maquillaje
--	--	---	--

Tabla 1 Análisis de competencia. Fuente propia

3 ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.1 CONCEPTO DE SERVICIO

3.1.1 Descripción Básica

Trendys Co es una empresa revolucionaria en la industria de la belleza, que se enfoca en la creación de nuevas tendencias y en brindar servicios de asesoría personalizados y específicos para las empresas del sector en Medellín. Con su enfoque innovador, Trendys Co logrará crear conceptos y líneas de maquillaje únicas que se adapten perfectamente a las tendencias del mercado actual. Como expertos en belleza, estamos altamente calificados y siempre actualizados en las últimas tendencias, lo que nos permite ofrecer un servicio excepcional a nuestros clientes. Con Trendys Co, las empresas de la industria de la belleza pueden estar seguras de que recibirán asesoría profesional y personalizada, lo que les permitirá destacarse en un mercado altamente competitivo y satisfacer las demandas de sus clientes de manera efectiva.

3.1.2 Especificaciones Del Servicio

SERVICIO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	BENEFICIOS-USOS	VENTAJAS
1. Asesoría personalizada en la creación de nuevos conceptos y líneas de maquillaje para empresas de la industria de la belleza en Medellín	<p>Análisis de tendencias de la industria de la belleza</p> <p>Creación de nuevos conceptos y líneas de maquillaje basados en las necesidades y objetivos específicos de cada empresa cliente</p> <p>Identificación de oportunidades para mejorar la eficiencia y eficacia en la producción y comercialización de los productos de maquillaje</p> <p>Evaluación continua y seguimiento para garantizar la satisfacción del cliente</p>	<p>Los beneficios para el usuario final incluyen productos innovadores y actualizados que están en línea con las últimas tendencias de la industria de la belleza.</p> <p>La empresa también puede mejorar la calidad de sus productos de maquillaje, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente</p>	<p>Acceso a productos innovadores y actualizados que están en línea con las últimas tendencias de la industria de la belleza.</p> <p>Productos de alta calidad.</p> <p>Posibilidad de mejorar la eficiencia y eficacia en la producción y comercialización de los productos de maquillaje, lo que puede traducirse en una mejor relación calidad-precio para el consumidor final</p>
2. Análisis y seguimiento de tendencias de la industria de la belleza	<p>Identificación de nuevas tendencias y necesidades del mercado de la industria de la belleza</p> <p>Análisis de la competencia y de los productos de maquillaje más exitosos en el mercado.</p> <p>Actualización constante de los conocimientos y habilidades en la industria de la belleza.</p> <p>Asesoría en la adaptación de</p>	<p>El usuario final se beneficiará de una empresa que se preocupa por mantenerse actualizada y mejorar constantemente la calidad de sus productos y servicios de maquillaje para satisfacer sus necesidades y deseos.</p>	<p>Las ventajas para el usuario final incluyen productos y servicios inspirados en las mejores marcas de la industria de la belleza, lo que se traduce en productos y servicios de alta calidad.</p> <p>Además, los productos y servicios se adaptan a las necesidades del público objetivo de cada empresa y a los objetivos específicos, lo que garantiza que los usuarios finales obtengan productos</p>

	los productos y servicios de maquillaje a las tendencias actuales del mercado		y servicios personalizados que satisfagan sus necesidades.
--	---	--	--

Tabla 2 Especificaciones del servicio. Fuente propia



Ilustración 2 Logo Trendys Co. Fuente propia



Ilustración 3 Imagen de servicio. Fuente Estudio Shaddai

3.1.3 Uso Del Servicio

Los servicios ofrecidos por Trendys Co se utilizan para:

- Solucionar el problema de la falta de empresas locales en la industria de la belleza y la alta dependencia de productos importados.
- Brindar soluciones innovadoras y de alta calidad en la industria de la belleza, en particular en líneas de maquillaje enfocadas en el cuidado de la piel.
- Desarrollar conceptos de líneas de maquillaje que estén a la vanguardia de las tendencias de la industria de la belleza.
- Ofrecer productos de mejor calidad.
- Proporcionar mejoras constantes en los servicios ofrecidos.

Estos servicios están dirigidos a empresas colombianas establecidas en Medellín, con el objetivo de posicionarlas en el mercado local de la industria de la belleza.

3.1.4 Diseño

Trendys Co utilizará diversas metodologías de diseño, como:

Investigación de mercado: Para conocer las necesidades y deseos del público objetivo y del mercado en general, Trendys Co realizará estudios de mercado para recopilar información sobre las tendencias actuales de la industria de la belleza, las preferencias de los consumidores, las necesidades y demandas de las empresas de la industria de la belleza en Medellín, y la competencia local e internacional.

- **Design thinking:** Esta metodología de diseño se enfoca en la empatía, la colaboración y la creatividad para resolver problemas y crear soluciones innovadoras y centradas en el usuario. Trendys Co utilizará esta metodología para diseñar nuevos conceptos y líneas de maquillaje que satisfagan las necesidades de sus clientes.
- **Análisis de tendencias:** Para mantenerse actualizada con las tendencias de la industria de la belleza, Trendys Co realizará análisis de tendencias para conocer las últimas innovaciones y tendencias en el mercado local e internacional, y utilizará esta información para diseñar nuevos conceptos y líneas de maquillaje alineados con las tendencias actuales.

3.1.5 Calidad

La calidad de los servicios que Trendys Co pretende hacer públicos irán de conformidad a ciertos parámetros impuestos por los clientes y los asesores de la empresa, teniendo en cuenta la modalidad de encuentros, ya sea virtual o presencial, las necesidades y requerimientos del cliente, soluciones y propuestas estructuradas y pensadas de forma personalizada y un completo acompañamiento por parte de la empresa hasta la finalización de las campañas.

3.1.6 Fortalezas Y Debilidades De Su Servicio Frente A La Competencia

La competencia en el sector de asesorías y servicios de creatividad como la que Trendys Co ofrece es muy limitada, los negocios más pertinentes como competidores son las agencias de publicidad, marketing digital y redes sociales, sin embargo, éstos no llegan a ofrecer servicios tan personalizados y destinados como tal a los clientes de manera específica y no cuentan con un equipo de creatividad, investigación y diseño que pueda crear y ligar conceptos de marca y líneas desde 0 como lo pretende hacer Trendys Co.

- Fortalezas: Posicionamiento, historia y permanencia en el sector, catálogo de clientes, servicios necesarios, precios confortables, confiabilidad por posicionamiento.
- Debilidades: Falta de experiencia en el sector específico y sus tendencias, falta de servicios completamente personalizados para el cliente y sus necesidades, acompañamiento continuo y asesoramiento frente a cambios o renovaciones.

3.2 DISTRIBUCIÓN

3.2.1 3.2.1 Canales De Distribución

Trendys Co contará inicialmente con un canal de distribución directa, lo cual se logrará a través de alianzas estratégicas con empresas de la industria de la belleza. Además, la empresa contará con presencia en redes sociales y un sitio web donde promocionará sus servicios, lo que le permitirá llegar a una audiencia más amplia.

3.3 PRECIOS DE LOS SERVICIOS

3.3.1 Precio De Lanzamiento

El precio de lanzamiento de los servicios que brindará Trendys Co serán iguales para todos las empresas, sin importar el tipo de servicio que necesiten contratar.

El precio de los servicios se define con base en los costos de consultoría y análisis de precios de venta según las inversiones que las empresas realizan. A continuación, se relaciona la tabla de análisis de precio.

MODULO ECONOMICO FINANCIERO							
COSTOS VARIABLES					VENTAS TOTALES		
Producto / Servicio	Unidad	Cantidad	Costo Variable Unitario	Costo Variable Total	Precio de Venta Unitario	Venta total	% ponderación de ventas
Asesoría en creación de nuevos conceptos y líneas de maquillaje para empresas	HORA	16	\$ 65.264	\$ 1.044.224	\$ 3.487.165	\$ 55.794.635	50,00%
Asesoría en creación de nuevas líneas de maquillaje para empresas	HORA	16	\$ 65.264	\$ 1.044.224	\$ 3.487.165	\$ 55.794.635	50,00%
TOTALES				2.088.448	VENTA TOTAL	\$111.589.270	

Tabla 3 Módulo económico. Fuente: María Magdalena Mena

Precio de venta: 3'487.165 cada uno.

Incluye 16 horas de asesoría con experto en Marketing y servicio de diseño gráfico.

3.3.2 Condiciones De Pago

Las condiciones de pagos serán las siguientes:

- PAGO 50% antes de recibir los servicios y ANTES 50% después de finalizar los servicios.
- PAGOS COMPLETOS
- PAGOS A PLAZOS
- PAGOS POR INTERCAMBIO (de servicios de marketing, publicidad, redes sociales, etc.)
- CONTRATACIONES POR TIEMPO INDEFINIDO

3.3.3 Impuesto A Las Ventas

La empresa Trendys Co funcionará bajo un Régimen común.

Tipo de empresas: S.A.S.

Trendys Co será una SAS (Sociedad por Acciones Simplificada). La SAS ofrece responsabilidad limitada para los socios, un proceso de constitución ágil y simplificado en comparación con otras formas de sociedad. La constitución de una SAS se realiza mediante contrato o acto unilateral, y el documento de constitución debe ser autenticado antes de su inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio. (Asesores, 2021)

3.3.4 Método Utilizado Para La Definición Del Precio

La definición del precio se hace con base a los costos fijos y variables de los servicios según las necesidades de cada empresa y el presupuesto de inversión inicial.

El método varía dependiendo de ciertos factores:

- Empresa contratadora
- Tipo de servicios requeridos
- Cantidad de servicios requeridos
- Tiempo de contratación
- Satisfacción del cliente y objetivos mínimos cumplidos

COSTOS				
PRODUCTO		Asesoría en creación de nuevas líneas de maquillaje para empresas		
COSTEO DE MATERIALES				
MATERIAL	CANTIDAD	UND	VR UNITARIO	VR TOTAL
CONSULTOR EMPRESARIAL	1	HORA	\$65.000	\$65.000
EXPERTO MARKETING	1	HORA	\$70.000	\$70.000
SERVICIO DE DISEÑO GRAFICO	1	HORA	\$60.000	\$60.000
TOTAL, COSTEOS DE HORA ASESORIA				\$195.000
COSTEO DE MANO DE OBRA				
CANTIDAD	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
16	und	1 \$65.000	\$65.000	\$1.040.000
12	und	\$70.000	\$70.000	\$840.000
10	und	\$60.000	\$60.000	\$600.000
TOTAL, COSTOS MANO DE OBRA				\$2.480.000

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Arrendamiento		50000	\$50.000
Agua		20000	\$20.000
Luz		30000	\$30.000
Depreciación de Equipo de cómputo (2 pc) \$2900000'		48333	\$48.333
Transporte		60000	\$60.000
Nomina MOI		10365	\$10.365
Nomina MOD		4333	\$4.333
TOTAL, COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN			\$7.434
COSTO TOTAL PRODUCCIÓN DE LOTE			\$40.236.516
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN			\$2.682.434
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			\$804.730
% POLITICA DE UTILIDAD	30%	PRECIO DE VENTA	\$3.487.165

Tabla 4 Tabla de Costos 1. Fuente: María Magdalena Mena

COSTOS				
PRODUCTO		Asesoría en creación de nuevos conceptos de maquillaje para empresas		
COSTEO DE MATERIALES				
MATERIAL	CANTIDAD	UND	VR UNITARIO	VR TOTAL
CONSULTOR EMPRESARIAL	1	HORA	\$65.000	\$65.000
EXPERTO MARKETING	1	HORA	\$70.000	\$70.000
SERVICIO DE DISEÑO GRAFICO	1	HORA	\$60.000	\$60.000
TOTAL, COSTEOS DE HORA ASESORIA				\$195.000
COSTEO DE MANO DE OBRA				
CANTIDAD	UND	DETALLE	VR UNIT	VR TOTAL
		1		
16	und	\$65.000	\$65.000	\$1.040.000
12	und	\$70.000	\$70.000	\$840.000
10	und	\$60.000	\$60.000	\$600.000
TOTAL, COSTOS MANO DE OBRA				\$2.480.000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Arrendamiento		50000	\$50.000	
Agua		20000	\$20.000	

Luz		30000	\$30.000
Depreciación de Equipo de cómputo (2 pc) \$2900000'		48333	\$48.333
Transporte		60000	\$60.000
Nomina MOI		10365	\$10.365
Nomina MOD		4333	\$4.333
TOTAL, COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN			\$7.434
COSTO TOTAL PRODUCCIÓN DE LOTE			\$40.236.516
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN			\$2.682.434
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			\$804.730
% POLITICA DE UTILIDAD	30%	PRECIO DE VENTA	\$3.487.165

Tabla 5 Tabla de Costos 2. Fuente: María Magdalena Mena

3.4 PROMOCIÓN

3.4.1 Descuentos Por Volumen O Pronto Pago

Al ser Trendys Co una empresa prestadora de servicios, se verá en la obligación de establecer precios únicos y respectivos de acuerdo con los servicios prestados a los clientes, cabe recalcar que, dependiendo de la cantidad y la complejidad de los servicios requeridos, además del tiempo en el que se llevarán a cabo, aumenta o disminuye el valor de los mismos.

3.4.2 Manejo De Clientes Especiales

Los clientes principales de Trendys Co, como se ha aclarado anteriormente, son empresas dedicadas a la producción y distribución de cosméticos, skin care y productos de belleza. La meta de Trendys Co es establecer relaciones con las distintas marcas objetivas disponibles en el mercado local (Medellín y el Valle de Aburrá), en las cuales

se identifican deficiencias que se pueden mejorar de acuerdo al contexto y al público objetivo de estas marcas de maquillaje.

Los clientes llamados Premium serán aquellos que den utilidad a los servicios en más de una ocasión, será a partir de 3 servicios requeridos en adelante, los cuales recibirán ofertas y tratos especiales por la preferencia.

3.4.3 Costo De La Promoción De Lanzamiento

Las promociones de lanzamiento serán dados con un 10% y 20% como prueba, si los servicios contratados son más personalizados, diversos y complejos se verán afectados por descuentos más representativos que los anteriores. De igual forma, el primer encuentro será gratis las primeras veces que las empresas hagan uso de estos.

SERVICIO	PRECIO DE VENTA	DESCUENTO POR PROMOCIÓN	VALOR TOTAL
Asesoría en creación de nuevos conceptos de maquillaje para empresas	\$ 3.487.165	10 % \$ 348.716	\$ 3.138.448
Asesoría en creación de nuevas líneas de maquillaje para empresas	\$ 3.487.165	20% \$ 697.433	\$ 2.789.732

Tabla 6 Promoción de Servicios

3.4.4 Descripción De La Promoción Para Motivar La Venta

Las promociones serán vía redes sociales principalmente, anunciando la empresa emergente, sus servicios novedosos, las empresas con quienes quieren trabajar y la importancia de que estas empleen esos servicios y sus respectivos beneficios.

Además, se harán eventos exclusivos con empresas del gremio del maquillaje y la publicidad, con estos, se pretende visualizar a Trendys Co y sus nuevos servicios.

3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

3.5.1 Estrategias De Difusión Del Servicio

La comunicación y publicidad que utilizará Trendys Co se basarán en estrategias de Marketing Digital a través de redes sociales y página web para promocionar los servicios ofrecidos por la empresa.

3.5.2 Medios Y Tácticas De Comunicación

Las redes sociales como Instagram, Facebook y LinkedIn serán las elegidas para promover el contenido y aumentar el alcance de la marca. Además, será necesario utilizar publicidad en línea en Google Ads y Facebook Ads para aumentar la visibilidad de la marca y llegar a un público más amplio.

3.5.3 Costos De La Estrategia A Utilizar

Se estima que la inversión necesaria para la activación y posicionamiento de la marca será de 3.000.000 de pesos, se invertirá una parte en el diseño de la página web y el resto se invertirá en publicidad en redes sociales.

La página web inicial será creada en los sitios web como WIX, que tienen ofertas gratuitas para emprendimientos y negocios que apenas se están estableciendo, además, las redes sociales que se utilizarán son Instagram, Tik Tok y Pinterest, las cuales tienen valores por promoción o por pautas, también se puede cotizar por mensualidades, pero esto dependerá de la publicidad inicial.

3.6 SERVICIOS

3.6.1 Procedimientos De Garantías Y Servicios Post Ventas

Los procedimientos de garantías y servicios brindados en post venta son:

Garantías de satisfacción del cliente, garantía de cumplimiento de objetivos establecidos, garantía de cumplimiento de las asesorías agendadas al 100%, garantía de calidad en los trabajos y documentos a entregar, garantía de acompañamiento completo.

3.6.2 Mecanismos De Atención A Clientes

Los mecanismos y formas de atención al cliente serán:

- Solicitudes de atención vía correo electrónico o llamadas oficiales (con descripciones precisas del servicio a solicitar o ya solicitados, tiempo de respuesta 7 días hábiles)
- Solicitudes de contratación de servicios por primera vez
- Solicitudes de contratación de servicios por segunda vez
- Solicitudes de nuevos servicios a clientes recurrentes
- Solicitudes de inconformidad, devolución o corrección

3.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		
ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
CONSULTOR EMPRESARIAL	\$1.040.000	\$12.480.000
EXPERTO MARKETING	\$840.000	\$10.080.000
SERVICIO DE DISEÑO GRAFICO	\$600.000	\$7.200.000
PROMOCIÓN	\$1.046.149	\$12.553.788
PUBLICIDAD	\$3.000.000	\$36.000.000
TOTAL		\$78.313.788

Tabla 7 Presupuesto de Mezcla de Mercados. Fuente: María Magdalena Mena

3.8 PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección mensual con Incremento mensual del 3%, flujo de caja para 5 años y se pretende incrementar por año un 2% hasta alcanzar el 10% en el quinto año.

Tabla 8 Proyección de Ventas. Fuente: María Magdalena Mena

SERVICIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Asesoría en creación de nuevos conceptos y líneas de maquillaje para empresas	\$55.794.635	\$57.468.474	\$59.192.528	\$60.968.304	\$62.797.353	\$64.681.274	\$66.621.712	\$68.620.363	\$70.678.974	\$72.799.344	\$74.983.324	\$77.232.824	\$791.839.110
Asesoría en creación de nuevas líneas de maquillaje para empresas	\$55.794.635	\$57.468.474	\$59.192.528	\$60.968.304	\$62.797.353	\$64.681.274	\$66.621.712	\$68.620.363	\$70.678.974	\$72.799.344	\$74.983.324	\$77.232.824	\$791.839.110
													\$1.583.678.220

4 MÓDULO OPERATIVO

4.1 OPERACIÓN

4.1.1 Ficha Técnica De Servicio

FICHA TÉCNICA DE SERVICIO	
Nombre del servicio	Creación de líneas y conceptos de belleza.
Cargo del responsable del servicio	Director creativo, experto en marketing, diseñador gráfico.
Descripción del servicio	Creación de líneas y conceptos de belleza, destinados a nuevos productos, líneas y conceptos de marca para empresas del sector de la cosmética y cuidado de la piel en el Valle de Aburrá.
Documentos asociados	Contratos de prestación de servicio, documentos de cumplimiento de objetivos, piezas gráficas necesarias, documentos de estrategias a llevar a cabo.
Requisitos de oportunidad	<p>Tiempo: Fijado según las necesidades del cliente</p> <p>Entregables: Necesarios según las necesidades y estrategias propuestas</p> <p>Seguimiento: Fijado según las necesidades y sujeto a cambios en puesta en marcha</p>

Tabla 9 Ficha Técnica

4.1.2 Estado De Desarrollo

En el mercado actual de Medellín y el Valle de Aburrá existen agencias de publicidad que se dedican al manejo de redes, creación de estrategias de comunicación, publicidad y distribución.

Trendys Co, tiene como razón social la creación, comunicación y distribución de líneas de maquillaje en productos y servicios y creación de conceptos de marca para la comunicación objetiva y subjetiva de las líneas. En este sector del país no existen hasta el momento empresas o agencias dedicadas a este tipo de servicios destinados a la industria de la belleza, la cosmética y el cuidado de la piel.

4.1.3 Descripción Del Proceso

Promoción de los servicios ofrecidos por Trendys Co, contacto inicial con el cliente empresarial, muestra de catalogo oficial de servicios, concertación de cita con el cliente y equipo de trabajo, realización de contrato de servicios con definición de los servicios requeridos, objetivos a cumplir y tiempo de seguimiento y acompañamiento, comienzo del plan establecido, finalización del tiempo del contrato, verificación de satisfacción de cliente por objetivos alcanzados.

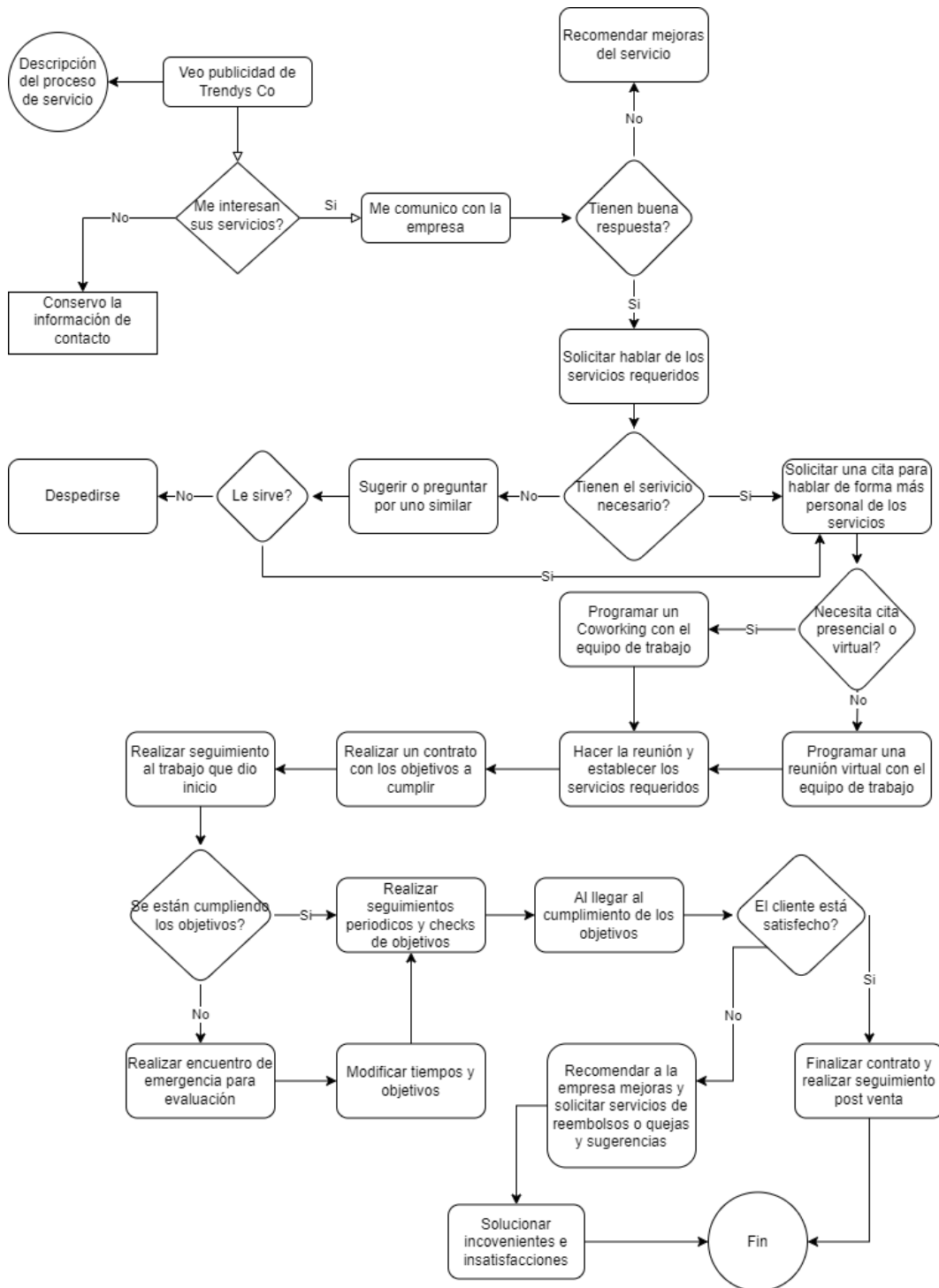


Ilustración 4 Flujograma de Servicio

4.1.4 Necesidades Y Requerimientos

Para llevar a cabo los servicios de Asesoría personalizada en la creación de nuevos conceptos y líneas de maquillaje para empresas de la industria de la belleza en Medellín, así como el Análisis y seguimiento de tendencias de la industria de la belleza en Trendys Co, se requieren algunas herramientas y recursos.

En primer lugar, es importante contar con herramientas de presentación efectivas, como pantallas, proyectores, computadoras y presentaciones en formato digital. Estos recursos visuales son esenciales para mostrar las propuestas de manera clara y atractiva a los clientes, permitiéndoles visualizar los conceptos y líneas de maquillaje propuestas.

Además, se necesita un espacio de trabajo adecuado para llevar a cabo las sesiones de asesoría. Puede ser un coworking o un espacio de trabajo dedicado, siempre y cuando cuente con buena iluminación y un ambiente cómodo para garantizar un entorno propicio para la creatividad y la comunicación efectiva.

Inversión inicial es \$109.500.822

COSTOS FIJOS MENSUALES		
Elemento	Cantidad	Valor Total
Arrendamiento	100000	\$1.200.000
Agua	96667	\$1.160.004
Luz	60000	\$720.000
Depreciación de Equipo de cómputo (2 pc) \$2900000	96667	\$1.160.000
Transporte	120000	\$1.440.000
Nomina MOI	20730	\$248.760
Nomina MOD	8666	\$103.992
Total		\$6.032.756

Tabla 10 Costos Fijos. Fuente: María Magdalena Mena

4.2 INFRAESTRUCTURA

4.2.1 Infraestructura:

Trendys Co tendrá compras de insumos primordiales para su funcionamiento remoto y de encuentros programados, no tendrá infraestructura física al iniciar su funcionamiento y para los encuentros necesarios personales con los clientes y sus representantes se optará por usar un coworking.

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL:
Equipo de cómputo (2 pc) \$2900000	2	\$1.160.000	\$2.320.000
Escritorios	2	\$450.000	\$900.000
Sillas	2	\$320.000	\$640.000
Uniformes	2	\$89.000	\$178.000
TOTAL			\$4.038.000

Tabla 11 Insumos Infraestructura. Fuente: María Magdalena Mena

4.3 PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES

Para proyectos de otros sectores, hay que describir que adecuaciones locativas se deben realizar para la instalación de las máquinas y equipos, instalaciones sanitarias, eléctricas o de oficina, etc.

Trendys Co realizará las siguientes adecuaciones locativas:

Adecuaciones para máquinas y equipos:

- Instalación de sistemas de ventilación para equipos que generen calor.

- Aseguramiento del suministro adecuado de energía eléctrica y conexiones de red.
- Adecuaciones sanitarias:
- Adaptación de los baños existentes para cumplir con las normas de seguridad e higiene.
- Incorporación de lavamanos y estaciones de higiene estratégicas.
- Adecuaciones de oficina:
- Adecuación del sistema de iluminación para garantizar una iluminación adecuada y confortable.
- Diseño y distribución del espacio de oficina para acomodar los equipos y mobiliario necesarios.

5 MÓDULO ORGANIZACIONAL

5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

5.1.1 Análisis DOFA

	INTERNAS	EXTERNAS
	Fortalezas	Oportunidades
POSITIVAS	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios innovadores y especializados - Servicio personalizado y completamente acompañado 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado disponible y amplio - Potencial de compradores según necesidades identificadas en el entorno

	Debilidades	Amenazas
NEGATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> - Poca visibilidad en el mercado - Baja credibilidad y convencimiento para acceder al servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio sustitutos parecidos - Realización de los servicios dentro de las empresas

Tabla 12 DOFA

- **Estrategias:** tomando las opciones NEGATIVAS, es imperativo crear estrategias que creen oportunidades de mejora que la empresa pueda usar a su favor para su beneficio.

Debilidades y amenazas: exposición en redes sociales, colaboraciones y alianzas con empresas exitosas del gremio, para formar conexiones estratégicas que ayuden con la credibilidad y el posicionamiento de la empresa como prestamista de servicios indispensables.

5.1.2 Organismos De Apoyo

Para Trendys Co tienen como entidades de apoyo las siguientes:

COOPERATIVAS FINANCIERAS que apoyan y patrocinan emprendimientos prometedores con formación y buenos planes de negocio.

PROGRAMAS COMO RUTA N que apoyan y patrocinan emprendimientos prometedores con formación y buenos planes de negocio.

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

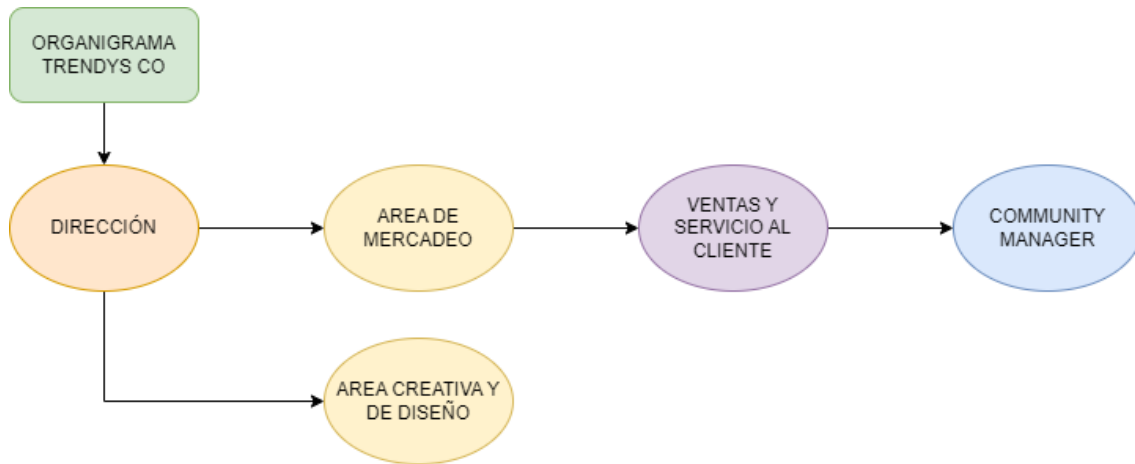


Ilustración 5 Organigrama de Empresa

5.3 ASPECTOS LEGALES

Los aspectos legales que le interesan y competen a la empresa en este punto inicial son el procesos de legalización de la empresa, registro en cámara de comercio y registro industria y comercio, los cuales constan:

Búsqueda de asesoramiento legal para crear, registrar y consolidar la marca legalmente en Colombia, con procesos como creación de marca, tipo de sociedad de la empresa y sus asociados, registro de marca con pago incluido.

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS POR MES Y AÑO

COSTOS FIJOS MENSUALES		
Elemento	Cantidad	Valor Total
Arrendamiento	\$100.000	\$1.200.000
Agua	\$96.667	\$1.160.004
Luz	\$60.000	\$720.000
Depreciación de Equipo de cómputo (2 pc) \$2900000'	\$96.666	\$1.160.000
Transporte	\$120.000	\$1.440.000
Nomina MOI	\$20.730	\$248.760
Nomina MOD	\$8.666	\$103.992
TOTAL		\$6.032.756

Tabla 13 Costos Fijos 2. Fuente: María Magdalena Mena

5.4.1 Gastos De Administración Y Personal Por Mes Y Año

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		
Elemento	Cantidad	Valor Total
CONSULTOR EMPRESARIAL	\$1.040.000	\$12.480.000
EXPERTO MARKETING	\$840.000	\$10.080.000
SERVICIO DE DISEÑO GRAFICO	\$600.000	\$7.200.000
PROMOCIÓN	\$1.046.149	\$12.553.788
PUBLICIDAD	\$3.000.000	\$36.000.000
TOTAL		\$78.313.788

Tabla 14 Gastos administrativos. Fuente: María Magdalena Mena

6 MÓDULO FINANCIERO

6.1 INGRESOS

COSTOS VARIABLES					VENTAS TOTALES		
PRODUCTO / SERVICIO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VENTA TOTAL	% PONDERACIÓN DE VENTAS
Asesoría en creación de nuevos conceptos y líneas de maquillaje para empresas	HORA	16	\$65.264	\$1.044.224	\$3.487.165	\$55.794.635	50,00%
Asesoría en creación de nuevas líneas de maquillaje para empresas	HORA	16	\$65.264	\$1.044.224	\$3.487.165	\$55.794.635	50,00%
TOTALES				\$2.088.448	VENTA TOTAL	\$111.589.270	

Tabla 15 Costos. Fuente: María Magdalena Mena

FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVOS						
VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS		\$1.339.071.241	\$1.446.196.941	\$1.561.892.696	\$1.639.987.331	\$1.721.986.697
TOTAL, INGRESOS		\$1.339.071.241,39	\$1.446.196.940,70	\$1.561.892.695,95	\$1.639.987.330,75	\$1.721.986.697,29
MENOS COSTOS VARIABLES		\$25.061.376	\$25.938.524	\$26.846.373	\$27.920.227	\$29.037.037
MENOS COSTOS FIJOS		\$40.713.072,00	\$42.138.029,52	\$43.612.860,55	\$45.139.310,67	\$46.719.186,55
ARRENDAMIENTO		\$14.400.000,00	\$14.904.000,00	\$15.425.640,00	\$15.965.537,40	\$16.524.331,21
AGUA		\$13.920.048,00	\$14.407.249,68	\$14.911.503,42	\$15.433.406,04	\$15.973.575,25

LUZ		\$8.640.000,00	\$8.942.400,00	\$9.255.384,00	\$9.579.322,44	\$9.914.598,73
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO (2 PC) \$2900000'		\$13.920.000,00	\$14.407.200,00	\$14.911.452,00	\$15.433.352,82	\$15.973.520,17
NOMINA MOI		\$2.985.120,00	\$3.089.599,20	\$3.197.735,17	\$3.309.655,90	\$3.425.493,86
NOMINA MOD		\$1.247.904,00	\$1.291.580,64	\$1.336.785,96	\$1.383.573,47	\$1.431.998,54
MENOS GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		\$581.760.000,00	\$602.870.400,00	\$624.749.616,00	\$647.425.754,64	\$670.927.954,22
SALARIOS ADMINISTRACIÓN		\$149.760.000,00	\$155.750.400,00	\$161.980.416,00	\$168.459.632,64	\$175.198.017,95
PAPELERÍA		\$432.000.000,00	\$447.120.000,00	\$462.769.200,00	\$478.966.122,00	\$495.729.936,27
PUBLICIDAD						
MENOS GASTOS FINANCIEROS						
ABONO A DEUDA						
PAGO DE INTERESES						
MENOS OTROS GASTOS PRE OPERATIVOS						
TOTAL, EGRESOS		\$647.534.448,00	\$670.946.953,68	\$695.208.849,06	\$720.485.292,72	\$746.684.177,26
FLUJO BRUTO		\$691.536.793,39	\$775.249.987,02	\$866.683.846,89	\$919.502.038,03	\$975.302.520,02
SALDO ANTERIOR		\$691.536.793,39	\$1.466.786.780,40	\$2.333.470.627,30	\$3.252.972.665,33	\$4.228.275.185,36
FLUJO NETO		\$691.536.793,39	\$1.466.786.780,40	\$2.333.470.627,30	\$3.252.972.665,33	\$4.228.275.185,36

Tabla 16 Flujo de Caja. Fuente: María Magdalena Mena

6.1.1 Fuentes De Financiación

Las principales fuentes de financiación de la empresa Trendys Co, serán principalmente las entidades de apoyo a emprendedores, socios estratégicos que fungirán como accionistas inversores y cooperativas financieras de ahorro y crédito que avalen y acepten emprendimientos surgentes.

6.1.2 Formatos Financieros:

ESTADOS DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Venta de productos o servicios	\$1.339.071.241	\$1.446.196.941	\$1.561.892.696	\$1.639.987.331	\$1.721.986.697
Otros Ingresos					
Subtotal Ingresos	\$1.339.071.241	\$1.446.196.941	\$1.561.892.696	\$1.639.987.331	\$1.721.986.697
EGRESOS					
Costos Variables	\$25.061.376	\$25.938.524	\$26.846.373	\$27.920.227	\$29.037.037
Costos Fijos	\$72.393.072	\$74.926.830	\$77.549.269	\$80.651.239	\$83.877.289
Gastos Ventas y Administración	\$939.765.456	\$972.657.247	\$1.006.700.251	\$1.046.968.261	\$1.088.846.991
Gastos financieros					
Subtotal Egresos	\$1.037.219.904	\$1.073.522.601	\$1.111.095.892	\$1.155.539.727	\$1.201.761.316
UTILIDAD	\$301.851.337	\$372.674.340	\$450.796.804	\$484.447.603	\$520.225.381

Tabla 17 Estado de Resultados. Fuente: María Magdalena Mena

6.2 EGRESOS

COSTOS FIJOS MENSUALES		
ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Arrendamiento	\$100.000	\$1.200.000
Agua	\$96.667	\$1.160.004
Luz	\$60.000	\$720.000
Depreciación de Equipo de cómputo (2 pc \$2900000)	\$96.666	\$1.160.000
Transporte	\$120.000	\$1.440.000
Nomina MOI	\$20.730	\$248.760
Nomina MOD	\$8.666	\$103.992
TOTAL		\$6.032.756

Tabla 18 Costos Fijos 3. Fuente: María Magdalena Mena

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		
ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
CONSULTOR EMPRESARIAL	\$1.040.000	\$12.480.000
EXPERTO MARKETING	\$840.000	\$10.080.000
SERVICIO DE DISEÑO GRAFICO	\$600.000	\$7.200.000
PROMOCIÓN	\$1.046.149	\$12.553.788
PUBLICIDAD	\$3.000.000	\$36.000.000
TOTAL		\$78.313.788

Tabla 19 Gastos administrativos 2. Fuente: María Magdalena Mena

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

Los siguientes datos hacen referencia a los valores necesarios para poner en marcha el proyecto como tal, cada uno revela el total del capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	TOTAL
\$ 25.061.376	\$209.043.718
\$ 72.393.072	
\$ 111.589.270	

Tabla 20 Capital de Trabajo

7 PLAN OPERATIVO

7.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	DURACIÓN EN DÍAS	FECHA FINAL
DISEÑO DE LA MISIÓN Y VISIÓN ESTRATÉGICA	15 de febrero de 2023	5 días	19 de febrero de 2023
DEFINICIÓN DE LA MISIÓN Y VALORES ESENCIALES	20 de febrero de 2023	3 días	22 de febrero de 2023
CREACIÓN DE UNA VISIÓN PARA EL ÉXITO	23 de febrero de 2023	4 días	26 de febrero de 2023
ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS MEDIBLES	27 de febrero de 2023	2 días	28 de febrero de 2023
DESARROLLO DE VALORES CORPORATIVOS SÓLIDOS	1 de marzo de 2023	3 días	3 de marzo de 2023
POLÍTICAS Y NORMAS GUÍA PARA LA ACTUACIÓN	4 de marzo de 2023	2 días	5 de marzo de 2023



NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	DURACIÓN EN DÍAS	FECHA FINAL
ORGANIZACIONAL			
ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMPETENCIA	6 de marzo de 2023	3 días	8 de marzo de 2023
ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA POSICIONAR LOS SERVICIOS	9 de marzo de 2023	4 días	12 de marzo de 2023
DISTRIBUCIÓN EFICIENTE	13 de marzo de 2023	2 días	14 de marzo de 2023
ESTRATEGIAS DE PRECIO	15 de marzo de 2023	3 días	17 de marzo de 2023
PROMOCIÓN EFECTIVA	18 de marzo de 2023	2 días	19 de marzo de 2023
COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	20 de marzo de 2023	4 días	23 de marzo de 2023
ASIGNACIÓN DE RECURSOS ESTRATÉGICOS	24 de marzo de 2023	3 días	26 de marzo de 2023
APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS	27 de marzo de 2023	2 días	28 de marzo de 2023

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	DURACIÓN EN DÍAS	FECHA FINAL
PROYECCIÓN DE VENTAS	29 de marzo de 2023	3 días	31 de marzo de 2023
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO	1 de abril de 2023	4 días	4 de abril de 2023
REALIZACIÓN DE MÓDULO ORGANIZACIONAL	5 de abril de 2023	3 días	7 de abril de 2023
DESARROLLO DE PLAN OPERATIVO	8 de abril de 2023	2 días	9 de abril de 2023
REALIZACIÓN DE MÓDULO FINANCIERO	10 de abril de 2023	5 días	14 de abril de 2023
CORRECCIÓN MÓDULO FINANCIERO	15 de abril de 2023	20 días	4 de mayo de 2023
IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	5 de mayo de 2023	35 días	9 de junio de 2023

Tabla 21 Cronograma de Actividades

7.2 METAS SOCIALES

Trendys Co tiene como objetivo la generación de empleo y la activación de la economía local. Inicialmente, contará con 3 empleados directos, pero nuestros resultados en los servicios de asesorías y análisis generarán más empleos indirectos, cumpliendo con una de las metas del Plan de Desarrollo Nacional. Según se indica en el enlace (Plan Nacional de Desarrollo, 2023), se aumentará en un 6% los ingresos de los micronegocios de la economía popular.

Además, en el Plan de Desarrollo Regional de Medellín se cita la reactivación económica y el Valle del Software, que contará con una inversión de un billón de COP, según se menciona en el enlace (Plan de Desarrollo Medellín, 2020-2023). En dicho plan se promoverá el aumento de la productividad y competitividad empresarial y turística, a través del uso y apropiación de la CTI (ciencia, tecnología e investigación), para fomentar el acceso a nuevos mercados regionales e internacionales. Trendys Co, a través de sus servicios, cumplirá con esta meta de desarrollo.

Trendys Co pertenecerá al Clúster Negocios Digitales, ya que contribuiremos al mejoramiento de la productividad, innovación y competitividad de la industria de la belleza, que es clave en la región, a partir de procesos de Transformación de Negocios con alcance regional, basados en el desarrollo de un Ecosistema de Servicios Digitales. (Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, 2022)

7.3 IMPACTOS

7.3.1 Impacto Económico

Impulsar el crecimiento económico regional al establecer las operaciones en el área y generar empleo local, Trendys Co. contribuye al crecimiento económico de la región.

Esto fortalece la economía regional y estimula el desarrollo de otros sectores productivos relacionados.

7.3.2 Impacto Regional

El éxito y crecimiento de Trendys Co en el impacto regional podrá atraer la atención de inversionistas, ya que la empresa ayudará a posicionar a otras empresas del sector. Esto permitirá fomentar la innovación y la transferencia de conocimiento en la región, así como promover la responsabilidad social y contribuir a una imagen positiva de la misma.

7.3.3 Impacto Social

Mejorar la calidad de vida de la población local. Trendys Co. genera empleo directo e indirecto como lo mencionamos anteriormente, lo cual mejora la calidad de vida de la población local al proporcionar ingresos y oportunidades económicas. Además, la empresa podrá contar con programas y proyectos de responsabilidad social que beneficien a la comunidad en áreas como educación, salud y bienestar.

7.3.4 Impacto Ambiental

Sostenibilidad ambiental. Trendys Co. se enfocará en la sostenibilidad ambiental a través de nuestra propuesta de asesorías personalizadas en la creación de nuevos conceptos. Esto ayudará a mitigar la exportación de productos de la industria de la belleza, lo que reducirá la huella ambiental y de carbono en las exportaciones y el comercio internacional. Según la Biblioteca de la CEPAL (s.f.), América Latina y el

Caribe ya están experimentando los efectos del calentamiento global, y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero se alinea con las metas del Plan Regional de Desarrollo en términos de promover un desarrollo sostenible y responsable con el medio ambiente. (Huella Ambiental y de Carbono en las Exportaciones y el Comercio Internacional, 2023)

8 BIBLIOGRAFÍA Y CYBERGRAFÍA

- Ruiz, S. (2022, 26 agosto). Cual Es El Maquillaje Mas Vendido? - [Solved] 2023 - Gabriela Margall. Gabriela Margall.

<https://www.gabrielamargall.com.ar/maquillaje/cual-es-el-maquillaje-mas-vendido.html>

- Productos de belleza en Colombia | OEC. (s. f.). OEC - The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/beauty-products/reporter/col>

- Núñez, A. G. (2022, 12 julio). El país es uno de los que lidera el sector belleza en la región, con \$11 billones anuales. Diario La República. <https://www.larepublica.co/empresas/el-pais-es-uno-de-los-que-lidera-el-sector-belleza-en-la-region-con-11-billones-anuales-3401696>

- Asesores, D. C. Y. (2021). Beneficios de transformar una sociedad de LTDA a SAS. DISA. <https://disacya.com/sociedad-ltda-y-sas/>

- Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026. (2022). gov.co. Recuperado 5 de mayo de 2023, de <https://www.dnp.gov.co/plan-nacional-desarrollo/pnd-2022-2026>

- Huella Ambiental y de Carbono en las Exportaciones y el Comercio Internacional. (2023). CEPAL. <https://biblioguias.cepal.org/huellaambientalycomercio>

9 ANEXOS

1. Análisis de competencia

Link de enlace: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1L4ItJG7T5fai_Ck4ox5M7F4-g161QuMSgmz2HbJ-XCs/edit?usp=sharing

2. Flujograma de servicio

Link de enlace:

<https://drive.google.com/file/d/15INijSteMvIPaS4U5rY01TdWRZfF16W2/view?usp=sharing>

3. Costos de producción

Link de enlace: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1351r7J4azp-DYWlrf8J-lPrpUAhbCNV0/edit?usp=sharing&oid=117611166990757523671&rtpof=true&sd=true>

4. Análisis financiero

Link de enlace: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1C0qls-Z-3Ua5-RDKFKZD07D1Y2FvsdWs/edit?usp=sharing&oid=117611166990757523671&rtpof=true&sd=true>