Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán.

“Emprendimiento”

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología en gestión empresarial

Ingrid Tatiana Perez Chaves

Leydy Dayana Orozco Calambas

Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración

Programa de Gestión Empresarial

Popayán

20

Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán.

“Emprendimiento”

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología en Gestión Empresarial

Ingrid Tatiana Perez Chaves

Leydy Dayana Orozco Calambas

Tutor

Esp. FRANCISCO JAVIER AGUILAR ERAZO

Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración

Programa de Gestión Empresarial

Popayán

2022

Nota de aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

Tutora

_____

Jurado

_____

Jurado

Popayán, xxxxxxxxxxxxx

DEDICATORIA

Durante mi trayecto en esta tecnología aprendí a trabajar en equipo, aunque no era fácil, porque cada quien tenía su manera de pensar y de ser, también descubrí muchas cualidades, destrezas y habilidades que no creí que tenía, y que se fueron desarrollando en cada paso; durante la realización de este trabajo hubo momentos que tal vez por desconocimientos en ciertas cosas que lo hacía parecer difícil de terminar con el tiempo adecuado, pero fue ahí donde se refleja que con el equipo correcto el trabajo ahora es un hecho.

Es por esto que este trabajo se lo dedicamos especialmente a Dios y a nuestros padres, por todo su apoyo, y ahora poder sentirnos alegre de haber culminado con el proyecto de grado.

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo le damos gracias a ***Dios*** por su bondad por permitirnos haber vivido esta experiencia, le agradecemos a especialmente a nuestros padres, porque fueron quienes nos motivaron y nos ofrecieron un apoyo incondicional durante toda la formación, su ayuda no solo fue moral sino también económica, a nuestro tutor de grado ***Francisco Javier Aguilar Erazo*** por la paciencia y dedicación que tuvo para explicar de la mejor manera cada paso de este trabajo de grado todo con el fin de poder sacarlo adelante, a la universidad y a los profesores por haber aportado ese conocimiento en cada uno de los semestres.

CONTENIDO

Resumen ejecutivo

Introducción

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.

1.2 Formulación del problema

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General.

2.2 Objetivos Específicos

3. JUSTIFICACIÓN

4. ANTECEDENTES

5. MARCO CONCEPTUAL.

6. METODOLOGÍA

6.1 Tipo de estudio.

6.2 Método de investigación.

6.3 Fuentes primarias y secundarias

6.4 Técnicas de recolección de información.

6.5 Población y Muestra

7. DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO.

8. DIAGNÓSTICO.

CAPITULO I ESTUDIO DEL MERCADO

8.1 Producto.

8.2 Demanda.

8.3 Oferta.

8.4 Precio.

8.5 Comercialización o canales de distribución.

8.6 Publicidad o propaganda.

CAPITULO II ESTUDIO TÉCNICO

8.7 Localización.

8.8 Macro localización

8.9 Micro localización

8.10 Ingeniería del proyecto.

8.11 Ámbito y tamaño del proyecto.

8.12 Diagramas y planes funcionales.

8.13 Tecnología.

8.14 Maquinaria y equipos .

8.15 Materia prima e insumos.

8.16 Personal técnico requerido.

8.17 Edificios, estructuras y obras de ingeniería civil (o instalaciones requeridas)

CAPITULO III ESTUDIO ORGANIZACIONAL

8.18 Estructura organizacional.

8.19 Descripción de cargos.

8.20 Gastos administrativos.

CAPITULO IV ESTUDIO LEGAL

8.21 Constitución Empresa y Aspectos Legales

9. ESTUDIO FINANCIERO
9.1 Inversiones en el proyecto
9.1.1 Inversiones fijas
9.1.2 Capital de trabajo
9.1.3 Gastos pre operativos
9.2 Costos de operación y de financiación
9.2.1 Costo de ventas
9.2.2 Gastos operativos
9.2.3 Costos de financiación
9.3 Financiación del proyecto
9.3.1 Activos totales
9.3.2 Recursos financieros
9.3.3 Tabla de amortización
9.4 Proyecciones financieras
9.4.1 Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias
9.4.2 Flujo de caja del proyecto
9.4.3 Balance proyectado
9.4.4 Análisis del punto de equilibrio

10. CONCLUSIONES

Lista de Tablas

Tabla 1 portafolio de productos 38

Tabla 2 análisis del valor agregado 39

Tabla 3 composición de la base oscura 41

Tabla 4 composición de la base de maquillaje de piel grasa 42

Tabla 5 composición de la pestañina 42

Tabla 6 composición del lápiz labial 43

Tabla 7 composición de la sombra de ojos 43

Tabla 8 productos sustitutos 44

Tabla 9 análisis de los productos sustitutos 44

Tabla 10 productos complementarios 46

Tabla 11 análisis de los productos complementarios 47

Tabla 12 competencia directa 48

Tabla 13 competencia indirecta 50

Tabla 14 Demanda potencial 51

Tabla 15 precios de la competencia producto base 53

Tabla 16 precio de la competencia producto labial 53

Tabla 17 precio de la competencia pestañina 53

Tabla 18 precio de la competencia sombra 53

Tabla 19 análisis del porcentaje de preferencia 60

Tabla 20 cantidad de ventas de productos año 1 60

Tabla 21 variable de crecimiento 61

Tabla 22 proyección por ventas año 1 62

Tabla 23 proyección por ventas año 2 62

Tabla 24 proyección por ventas año 3 63

Tabla 25 proyección por ventas año 4 63

Tabla 26 proyección por ventas año 5 63

Tabla 27 tamaño del negocio 65

Tabla 28 micro localización para la fábrica de producción 70

Tabla 29 cuadro de comparaciones de la ubicación para la fábrica de producción 70

Tabla 30 micro localización del punto de venta físico 71

Tabla 31 cuadro comparativo para la ubicación del punto de venta 72

Tabla 32 actividades claves de la fábrica de producción 78

Tabla 33 actividades claves para el punto de venta 80

Tabla 34 físicos de inversión fija 82

Tabla 35 recursos calves para el punto de venta 87

Tabla 36 recursos inversión flexible 90

Tabla 37 recursos operativos producción 93

Tabla 38 recursos humanos operativos del punto de venta 94

Tabla 39 otros recursos operativos fábrica de producción 96

Tabla 40 servicios públicos 97

Tabla 41 otros recursos operativos punto de venta 97

Tabla 42 servicios públicos punto de venta 98

Tabla 43 recursos financieros 98

Tabla 44 trámites legales 111

Tabla 45 matriz dofa 115

Tabla 46 personal administrativo 121

Tabla 47 gastos puesta en marcha 121

Tabla 48 gastos administrativos 123

Tabla 49 Datos 147

Tabla 50 ingresos 148

Tabla 51 cantidad de productos 148

Tabla 52 costo del producto 149

Tabla 53 Nomina de productos 150

Tabla 54 Insumo 150

Tabla 55 Valor anual 151

Tabla 56 Gastos administrativo 153

Tabla 57 Nomina administrativo 153

Tabla 58 Servicios públicos 154

Tabla 59 Gastos ventas 155

Tabla 60 Deprecación acumulada 156

Tabla 61 Maquinaria 157

Tabla 62 Muebles y enseres 158

Tabla 63 Otros 159

Tabla 64 Amortización gastos operativos 160

Tabla 65 Amortización créditos 161

Lista de Graficas

Grafica 1 edad 29

Grafica 2 Ocupación 30

Grafica 3 ¿Usted utiliza productos de maquillaje? 30

Grafica 4 Con qué frecuencia consume maquillaje 31

Grafica 5 Usted tiene conocimiento si su producto de maquillaje contiene componentes químicos o naturales 31

Grafica 6 Qué tipo de producto de maquillaje utiliza con más frecuencia 32

Grafica 7 Que fortaleza observa de los productos que le ofrece el mercado 32

Grafica 8 Qué debilidades observa de los productos que ofrece el mercado 33

Grafica 9 Conoce usted que existen productos naturales como el cannabis para disminuir problemas de su aplicación en la piel 33

Grafica 10 Usted está dispuesto, previo conocimiento , a consumir maquillaje a base de cannabis ? 34

Grafica 11 Con qué frecuencia lo compraría? 34

Grafica 12 A qué precio compraria los cosméticos a base de cannabis 35

Grafica 13 Composición física de la base de maquillaje

Grafica 14 composición física del labial

Grafica 15 composición física de la pestañina

Grafica 16 Composición física de la paleta de sombra

Grafica 17 Canales de distribución

Grafica 18 Logo

Grafica 19 Perfil de Facebook

Grafica 20 Perfil de Instagram

Grafica 21 Cuenta de Tik Tok

Grafica 22 Expo belleza

Grafica 23 Mapa de las comunas de Popayán

Grafica 24 Distribución geográfica de la fábrica de producción

Grafica 25 Mapa punto de venta

Grafica 26 Misión de la empresa

Grafica 27 Visión de la empresa

Grafica 28 Valores empresariales

Grafica 29 Valores empresariales

Grafica 30 Políticas de calidad

Grafica 31 Organigrama

Resumen

Este estudio se realizó con el objetivo de determinar la factibilidad de crear en la ciudad de Popayán, una empresa productora y comercializadora de productos cosméticos a base de cannabis. Esta idea surgió partiendo de la problemática que sufrían las mujeres por el uso de cosmetología sintética, dado que, por un lado, la mayoría de los cosméticos en el mercado, sus componentes son más químicos que naturales y, por ende, existe una baja oferta productos cosméticos naturales y en este caso, a base de cannabis. Para desarrollar esta idea de negocio se utilizó metodología cualitativa y cuantitativa donde se realizaron estudios del entorno y del sector que permitieron identificar los aspectos que influyen en la creación de la empresa.

Dentro de los resultados obtenidos del presente trabajo de grado se encontró que la población de mayor demanda son las mujeres que están entre las edades de 18 a 50 por que cuentan con el poder adquisitivo y tienen interés en cuidar la salud de su piel, en el estudio de mercado se conoció la demanda real la cual es de 23.575, la tasa de crecimiento, según datos del DANE crece un 2% al año. En el estudio técnico, se identificó que el lugar más estratégico según características demográficas para la ubicación de la planta de producción es el norte de Popayán, más exactamente en el parque industrial y para el punto de venta en el centro de la ciudad de Popayán. En el estudio legal y organizacional se determinó que sea una empresa por sociedad por acciones simplificadas, por la ventaja que este tipo de sociedad ofrece, en lo organizacional se diseñó el organigrama, donde quedo conformado por tres áreas importantes, administrativa, producción y venta, y por último en el estudio financiero, se identificó que el estudio es factible dado que se tiene un punto de equilibrio positivo y estable de

Abstract

The current study was carried out with the aim to determine the feasibility of creating a cannabis-based cosmetics startup in the city of Popayan, the idea came up on the one hand, from the effects women suffer from the constant use of synthetic cosmetics on the market which contain chemical components, and from on the other hand, the offer of cannabis – based cosmetic products is not highly spread. To develop this business idea, it was necessary first to use a qualitative and quantitative methodology to analyze the target population and the context in order to identify market significant aspects to start up this business.

The results of the current study showed that the highest demanding population were women from 18 to 50 interested in their skin care. The marketing research showed that the actual demand is 23.575 and according to the DANE, this demand grows 2% a year.

During the technical study, it was possible to determine that the production plant might be located at *Parque Industrial*, to the north of Popayan, and the sales venue might be located at the downtown of the city. Moreover, the organizational and legal study concluded this company might be a simplified joint stock company due to the advantages of this kind of societies purport. In addition, the organizational process led to the design of an organization chart addressing three main areas: Management, production and sales. Finally, the financial study showed that the current business is viable because it has a stable break-even point.

Introducción

Por medio del presente estudio de factibilidad se quiere producir y comercializar productos de cosmetología natural a base de cannabis debido a que en la actualidad vemos que la cosmetología convencional tiene múltiples problemas para la salud facial por ende optamos por una línea cosmetológica natural a base de cannabis, debido a los grandes beneficios que esta tiende para la salud de la piel entre los cuales encontramos propiedades antioxidantes, antiinflamatorias entre otras.

Bajo este contexto, se presenta en este documento, la necesidad de conocer la factibilidad de una empresa productora y comercializadora de cosméticos a base de cannabis, el cual se aplicará para el mercado de la ciudad de Popayán, ya que se ha observado que el mercado de cosmetología natural ha ido incrementando la debido a que cada día las mujeres buscan y se preocupan por el cuidado facial; los motivos que llevaron a estudiar los sectores de producción y comercialización de la cosmetología facial es por las percepciones que se han generado en el transcurrir de los años a los consumidores de algunos productos faciales por brotes, enrojecimientos, acné entre otros; sobre la piel alterando en cierta medida la salud humana de esta zona.

Para ello, el presente documento tendrá dentro de su contenido, en primer lugar, el desarrollo de un Estudio de Mercado que permitirá conocer el comportamiento de la oferta y demanda de cosméticos a base de cannabis, analizando cuál es el grado de interés que pueda tener este tipo de cosméticos. En segundo lugar, se desarrollará un estudio técnico para conocer la capacidad de producción que requiere el emprendimiento de cosmetología a base de cannabis para atender la demanda esperada, analizando recursos e insumos necesarios para la operación de la futura empresa. En tercer lugar, un estudio legal y organizacional para conocer los parámetros administrativos y jurídicos que pongan en

marcha el emprendimiento. Y finalmente, un estudio financiero, que, analizada los estudios anteriores, permitirán conocer y evaluar la rentabilidad de la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en Popayán, definiendo si es una alternativa factible o no a este mercado.

1. Definición del Problema.

1.1 Planteamiento del Problema.

Históricamente la sociedad ha impuesto en el género femenino el deseo vinculado a la preocupación por la estética y belleza, resaltando características físicas que poseen las mujeres a través del uso de productos asociado a la cosmetología. Pero lo cierto es que algunos cosméticos terminan generando un efecto negativo para la salud de la piel, produciendo lesiones cutáneas efectos adversos leves y transitorios tales como: sensación de calor, enrojecimiento e irritación en el área aplicada, es por esto el uso constante de componentes químicos (formaldehídos, parabenos, Butilhidroxianisol, P-fenilendiamina entre muchos otros), ,que no son beneficiosos para la piel ya que generan en un corto plazo enfermedades dermatológicas como: acné, aparición de manchas en la piel, descamación, hongos, alergias cutáneas y envejecimiento prematuro en el rostro y que en la gran mayoría no son analizados por parte de los consumidores de estos productos;(Carpio L, 06 Julio, 2022, Mejor con salud), por ello hoy en día las mujeres están en tendencia de consumir cosmetología natural apuntando a un estilo de vida ecológico, sostenible y saludable.

Al respecto, de la búsqueda de productos saludables y sostenibles, es importante considerar que el sector cosmético hace parte de uno de los mercados con mayor participación y competitividad a nivel mundial, y como Colombia presenta una oportunidad de innovar e impulsar su economía y posicionarse en el mercado con la siembra, producción, transformación y comercialización de productos que se pueden mezclar con los cosméticos para que los mismos cumplan con los requerimientos de sus consumidores, tal es el caso de productos como el cannabis, puesto que, a través de estudios, el THC (Tetrahidrocannabinol) es un producto medicinal y aporta propiedades benéficas para el uso corporal del ser humano (Antioxidante, luminosidad, elimina el acné, regenera y oxigena las células, hidrata, rico en ácidos grasos como el omega 3, 6 y 9, fortalece la barrera natural de la piel).(Del Río B, 16 Julio, 2019, Cosméticos con cannabis, el último grito beauty), Por tal razón es una gran opción para el desarrollo de la industria y el éxito de la cosmética natural.(Revista salud, 2022)

Según la Asociación Colombiana de venta directa, este mercado generó 4.8 billones en el 2018, de los cuales un 45% corresponde a los productos cosméticos (ACOVEDI, 2019); siendo este un canal óptimo para la innovación con una línea de productos cosméticos a base de cannabis que brinden como valor agregado todos los beneficios naturales de la planta.

Al igual que su mercado, su proceso productivo se considera potencialmente atractivo, por su ubicación estratégica y condiciones apropiadas de la tierra en Colombia (Informe Del Estado Del Medio Ambiente y de Los Recursos Naturales Renovables, 2017), debido a que se identifica un gran potencial para el cultivo del cannabis lo que disminuiría costos para la adquisición de esta materia prima.

Con base a lo anteriormente mencionado, se ha observado que el mercado de cosmetología natural ha ido incrementando la demanda debido a que cada día las mujeres buscan y se preocupan por cuidar su piel y verse bien al mismo tiempo pero de manera natural y saludable, por consiguiente esta realidad no es ajena a la ciudad de Popayán, donde también se aumentado la tendencia al uso de una cosmetología natural; pero se ha evidenciado una baja oferta formal de cosmetología natural a base de cannabis.

Bajo el anterior contexto, se infiere como problema central la baja producción y comercialización de cosmetología natural a base de cannabis en la ciudad de Popayán; algunas de las causas de esta problemática, se destaca la demora en la licencia de cultivos legales para la producción de cannabis y la licencia para la fabricación y manufactura de derivados del cannabis (cosmetología) debido a esto y en el concepto que se tiene en la actualidad al cannabis, no existe formalmente en la ciudad de Popayán, una empresa productora y comercializadora de cosmetología natural con cannabis. Otra causa, es el concepto en el que se tiene al cannabis es de forma negativa o ilegal, dado que la sociedad percibe históricamente, al cannabis como un producto alucinógeno ilícito que genera perjuicios en la salud y con tendencia adictiva, por lo que se estigmatiza en esta percepción, invisibilizando los beneficios que tiene el cannabis cuando su uso va

encaminado a resaltar sus propiedades medicinales en diferentes productos como cremas, aceites, medicamentos y en este caso, en cosméticos.

Como consecuencia, de que exista una baja producción y comercialización de este tipo de cosmetología, conlleva a que las mujeres continúen utilizando maquillaje convencional a base de químicos peligrosos que en ocasiones pueden producir, lesiones faciales, cáncer de piel, acné, envejecimiento prematuro, entre muchas otras. (Castro N, Villadiego L, et, al, 2022, blog, carro de combate)

Para esta problemática, se considera como alternativa de solución, la creación de una empresa que permita la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán, analizando su nivel de factibilidad que permita a futuros inversionistas confiar en la financiación de este tipo de negocios, que procuren mejorar la calidad de vida de las mujeres en el buen uso de cosméticos con extractos de cannabis.

1.2 Formulación del Problema.

¿Qué tan factible es la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General:

Elaborar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán.

2.2 Objetivos Específicos:

- Elaborar el Estudio del mercado del negocio de cosméticos a base de cannabis para estimar la demanda y oferta en la ciudad de Popayán.
- Elaborar el Estudio Técnico con el propósito de diseñar la ingeniería, localización y tamaño del emprendimiento para la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán.
- Elaborar el Estudio Legal y Organizacional para analizar los parámetros administrativos legales de la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán.
- Elaborar el Estudio Financiero del emprendimiento para evaluar la rentabilidad para la producción y comercialización de cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán.

3. Justificación

Los motivos que llevaron a estudiar los sectores de producción y comercialización de la cosmetología facial es por las percepciones que se han generado en el transcurrir de los años a los consumidores de algunos productos faciales por brotes, enrojecimientos, acné entre otros; sobre la piel alterando en cierta medida la salud humana de esta zona, viéndose provocado por el uso de químicos en la fabricación de estos productos, y a su vez arraigando problemas sociales por el desarrollo pruebas de cosméticos en animales. Por tal razón, se pretende plasmar una idea de negocio, para determinar la factibilidad en la creación de una empresa para la producción y comercialización de productos cosméticos faciales que tengan como base el cannabis, dados los avances de la ciencia y el cambio de reconocimiento social que se le está dando al uso del cannabis sobre su poder natural y propiedades Fitoterapéuticas para la salud, y de esta misma forma aportar a los productos cosméticos con lo cual las mujeres tendrán un motivo adicional a sus cuidados personales, de tal manera que se pueda dar un giro de conveniencia a la producción y comercialización de productos a base de cannabis en la cosmetología natural.

Con base a lo anterior, el enfoque de este trabajo de investigación busca y pretende darle una nueva oportunidad a esta planta, de esta manera visualizar un mejor uso de los beneficios del cannabis a través de la creación de empresa con actividad de producción y comercialización por medio de una tienda física en la ciudad de Popayán.

Finalmente, se justifica el desarrollo de este proyecto, porque permite aplicar y ampliar los conocimientos haciendo uso de la metodología mixta, puesto que esta permite recolectar datos tantos cualitativos como cuantitativos y poner en práctica demás herramientas vistas en el transcurso del ciclo tecnológico de gestión empresarial.

4. Antecedentes

El presente estudio de factibilidad se realiza con el fin de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos cosméticos faciales a base de cannabis, en la ciudad de Popayán. Donde se tendrán en cuenta estudios que evidencien la misma problemática tanto a nivel local, nacional e internacional.

Estudios a nivel Internacional

Dentro del análisis de los estudios internacionales, se encuentra en Ecuador el Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cremas faciales medicinales a base de col, en la ciudad de Loja Ecuador (Córdova, 2016), el cual busca la posibilidad de tener un producto con beneficios naturales y al mismo tiempo se haga conocer los beneficios de la col en la piel, se realizó un previo estudio de las tendencias y exigencias por estas razones el presente trabajo se basó en la información recolectada de la cual se obtuvo una síntesis clara, basándose en fuentes de información y consulta, para el desarrollo del trabajo donde se utilizó el método deductivo que aportó leyes universales a situaciones específicas, y el método inductivo que aportó premisas a partir de fenómenos individuales., método estadístico y descriptivo) que contribuyeron en beneficios del objeto de estudio de mercado, mediante la aplicación de las encuestas a los demandantes y oferentes, las cuales se evaluó, procesó e interpretó obteniendo los resultados que determinaron la demanda, oferta, precio, presentación, los canales de comercialización y estrategias de marketing. Por tanto se elaboró el Estudio Técnico, que determinó la localización óptima de la nueva unidad de producción, análisis de la ingeniería del producto, distribución física de la planta, capacidad instalada, determinación de equipos y materiales e insumos requeridos para la producción, dentro del estudio técnico consta el estudio organizacional que define a la empresa desde el punto de vista legal en este caso como Compañía de Responsabilidad Limitada, La inversión del proyecto asciende a $ 64.684,68; se determinó el financiamiento de la siguiente manera compuesta por capital interno de $36.684,68 y externo de $28.000,00; puesto que este

monto está presupuestado para cubrir costos de la producción que determinan el precio de venta al público, para elaborar el punto de equilibrio, con los ingresos y gastos determinados para la empresa, estos resultados determinaron la viabilidad y rentabilidad satisfactoria del proyecto.

(Flórez, Orihuela (2019) UNIVERSIDAD DE LIMA, PERÚ "Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta de producción de cremas faciales a base de moringa". "Beautiful S.A.C", es una empresa dedicada a la fabricación de una crema cosmética facial natural a base de moringa con el fin de ofrecer una alternativa natural para el cuidado de la piel, Para la investigación se propone el cambio de la cosmética industrial por el de la cosmética natural la que contribuye al desarrollo sostenible y evita que las personas, estén expuestas a compuestos químicos nocivos para su salud. Este estudio tiene como finalidad aprovechar los recursos naturales en este caso la moringa. Para la investigación de mercado se utilizaron tanto fuentes primarias como secundarias. En primer lugar, se procedió el estudio de mercado de la categoría seleccionada, para ello se consultaron fuentes secundarias de donde se obtuvo información referente a la importación, exportación y producción nacional. Se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa, se procesaron todos los datos. Seguidamente, se utilizarán herramientas de ingeniería como localización de planta, tamaño de planta, disposición de planta entre otros. Finalmente, se utilizarán herramientas financieras para determinar la rentabilidad del proyecto a través del VAN, TIR, B/C y PR. Finalmente, a través de la evaluación económica-financiera, es rentable el proyecto y se recomienda formar alianzas estratégicas con los productores de la semilla de moringa, para tener un constante abastecimiento de la materia prima, y no haya necesidad de importar.

Estudios a nivel Nacional

Según Agudelo y Gutiérrez (2020) en su "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de maquillaje a base de extractos naturales en el valle de aburrá" tienen como objetivo principal de este estudio es determinar la viabilidad

de crear en el Valle de Aburrá una empresa productora y comercializadora de productos cosméticos a base de ingredientes naturales. Esta idea surgió a partir de la escasa oferta de estos productos en el mercado y de que en los pocos productos que se ofrecen, la cantidad de químicos es mayor que la cantidad de extractos naturales. Para desarrollar este proyecto se utilizó metodología cualitativa y cuantitativa y se hicieron estudios del entorno y del sector que permitieron identificar, mediante la herramienta pestel, los aspectos que influyen en la creación de la empresa. En el estudio de mercado se pudo identificar, mediante una encuesta, la matriz DOFA y las 4P, el nicho de mercado al que irán dirigidos los productos e igualmente se definió la estrategia de difusión y de venta. En el estudio técnico, se identificó la tecnología, la localización e ingeniería que se necesitará para desarrollar los productos y en el estudio administrativo y organizacional se tuvieron en cuenta las características necesarias del personal que llevará a cabo el proyecto, la estructura salarial, la misión, la visión, los valores corporativos, las estrategias y el organigrama. En el estudio legal, se dio a conocer los trámites y documentos que se deben tener en cuenta para la creación de la empresa en Colombia, y finalmente en el estudio financiero, se verificaron los estudios anteriores mediante cifras e indicadores, que permitieron hacer comparaciones, análisis y simulaciones de diferentes escenarios, que arrojaron como conclusión que el proyecto es viable, rentable y factible.

(Vega, Vélez, Londoño (2017), Santiago de Cali “Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cremas y exfoliantes 100% naturales en la comuna 17 de la ciudad de Cali”. Teniendo en cuenta que hoy en día las personas se preocupan por cuidar más de la piel y tratar de usar productos naturales, sin químicos y preservantes, que ofrezcan beneficios a la piel, para que se vea más saludable y joven, puesto que el actual ritmo de vida, en muchos casos, las personas no poseen del tiempo necesario para aplicarse un bloqueador para el sol o crema para hidratar, lo que aumenta la probabilidad de problemas de salud en la piel. De esta manera, se lleva a cabo un análisis que se apoya en cinco etapas: la contextualización del problema, el estudio del mercado objetivo, el tamaño y la localización del proyecto, la estructura organizacional, legal requerida Las fuentes de información que se utilizaron en este proyecto fueron las

primarias y secundarias, para lograr información clara y precisa de los diferentes métodos utilizados. Las fuentes primarias se adquirieron mediante un cuestionario realizado a una pequeña muestra de personas a las que va dirigido los productos Romántica Beauté, Las fuentes secundarias, son obtenidas de datos encontrados en publicaciones de internet, revistas, investigaciones y textos que sirvieron como bases para el progreso de la investigación, La información cualitativa extraída a través de las fuentes secundarias, se planteó y organizó de acuerdo a los objetivos propuestos. Por último y después de utilizar instrumentos como la VPN, TIR y B/C se puede concluir que el proyecto es viable, ya que al realizar los respectivos estudios financieros proyectados a 5 años se logra apreciar que por el momento no se determina pérdida.

Estudios a nivel local.

Para datos de antecedentes locales y por ende regionales, se investigó en las fuentes de bases de datos como EBSCO, LEGIS y en las bibliotecas virtuales como Miguel de Cervantes, UNIMAYOR, plataformas como Google académico, Redalyc y no se encontró ningún resultado acerca de la problemática a tratar en el estudio presentado en este documento.

5. Marco Teórico

En el presente marco teórico se analizará las categorías vinculadas a estudios de factibilidad para la producción y comercialización de productos cosméticos naturales a base de cannabis dirigido a mujeres interesadas en mejorar y cuidar la salud de la piel, de la ciudad de Popayán. Por consiguiente, se define que es un plan de negocios, factibilidad, estudio de mercado, estudio financiero, plan operativo, belleza, cosméticos, cosméticos naturales, cannabis, beneficios del cannabis, aunque no se evidencia de manera explícita, si es necesario su abordaje para el entorno caucano.

Plan de negocios: Según Rodríguez (2001). Engloba el plan de negocios en lo que llama "planes de acción" refiriéndose a ellos como una orientación que dirige alguna área funcional de la empresa y del cual se derivan las decisiones, acciones y procedimientos de la dirección superior. En pocas palabras los planes de acción abarcan el propósito y la directriz. Visto en forma integral, forman la base para las decisiones de toda la empresa. De esta manera las funciones administrativas de dirección y control se logran por medio de los planes de acción.
La finalidad de los planes, es hacer posible el cumplimiento de los objetivos. Estas son las expresiones concretas del objetivo que persigue una empresa, es decir, lo que se propone hacer y lo que se piensa obtener con esta acción. (Rodríguez ,2001)

Factibilidad: el estudio de factibilidad realiza un análisis con el propósito de determinar si el proyecto será favorable o no, en este estudio se evalúa la viabilidad técnica y operativa; De acuerdo a la información recolectada, se plantean estrategias para que el proyecto tenga resultados factibles (San Clemente, Gonzales y Erazo, 2009)

Estudio de mercado: según Naresh Mlahotra, describe el tamaño el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor. (Mlahotra)

Estudio técnico: Según Prieto Herrera (2009) y Baca Urbina (2010) las partes que conforman un estudio técnico son: análisis de localización, análisis de tamaño, análisis de disponibilidad y costo de suministros e insumos, identificación y descripción de procesos, definición de estructura orgánica, humana, administrativa y jurídica

Estudio legal: En el Estudio Legal, se busca identificar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto, debiendo realizarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que, un proyecto altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. (blog UNTREF, 2022, La importancia del Estudio legal)

Estudio organizacional: Consiste en el análisis tanto de la capacidad de la empresa que lo llevará a cabo, como así también la evaluación de sus competencias administrativas, con esto se busca determinar la capacidad operativa de la Organización a fin de conocer, evaluar fortalezas y debilidades, para definir la estructura de la organización, para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la Estructura Organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (blog UNTREF, 2022, La importancia del Estudio Organizacional)

Estudio financiero: según Federico, 1, El estudio financiero es el análisis de la capacidad que tiene una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, el estudio financiero es parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, el cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.(Federico,2022).

plan operativo: Según Montana, Bruce, Charnov,2011, el plan operativo se diferencia de una organización a otra, pero en todos los casos proporciona suficiente documentación y

datos para ser revisados por la empresa de comercialización y el punto de vista financiero y que se integren en el conjunto del plan de operaciones corporativas. (Montana, Bruce, Charnov,2011)

Belleza: según Friedrich Nietzsche, en el fondo el hombre se mira en el espejo de las cosas y considera bello todo aquello que le devuelve su imagen. El juzgar algo «bello» constituye la vanidad característica de nuestra especie. (Friedrich Nietzsche,)

Cosméticos: Un cosmético es un producto que se utiliza en la higiene personal o bien, para mejorar la apariencia, especialmente del rostro. Sus funciones varían según su clasificación. Los cosméticos pueden estar destinados a limpiar, perfumar, proteger, modificar, mantener y corregir aspectos corporales. (blog, Farmacia TORRENT, 2022

Cosméticos naturales: Para definir la cosmética natural podemos decir que se trata de productos cosméticos que incluyen principios activos provenientes de plantas, flores y minerales que respetan tanto el medio ambiente como la piel de quien se lo aplique. (blog, vagheggi, 2022)

Cannabis: El término mariguana se refiere a las hojas secas, flores tallos y semillas de la Planta de cannabis sativa o cannabis indica National institute on drug abuse, 2022)

Beneficios del cannabis: Cuidado fácil es la principal función de los productos cosmetológicos hechos con cannabis, sobre todo, porque estas sustancias cuentan con propiedades antioxidantes, antibacterianas y antiinflamatorias.

6. Metodología

6.1 Método de Estudio.

El enfoque metodológico que se va a llevar a cabo en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa cosmetológica a base de cannabis en la ciudad de Popayán es un enfoque mixto, ya que, este nos permite utilizar fuentes de recolección de datos tanto cuantitativo que son aquellas que nos arrojan resultados numéricos, como cualitativas, que son datos como opiniones experiencias o conceptos concluyendo que estos resultados se expresan en palabras, se podrá analizar cómo se comporta el mercado en relación con la oferta y la demanda al momento de la producción y comercialización los productos cosmetológicos a base de cannabis.

Ayala, Maite. (2021). Investigación mixta. Lifeder (...) Se utiliza una metodología que busca integrar los métodos cualitativos y cuantitativos en el mismo estudio. Muchos estudiosos piensan que la investigación mixta es una manera de potenciar las bondades y funcionalidades que cada método por separado conlleva profundidad en su problemática; permite hacer deducciones estadísticas cuando se obtienen datos de la muestra y por lo tanto tienen un alto nivel de fiabilidad; es más eficiente dado que permite realizar encuestas y cuestionarios conociendo a profundidad el punto de vista del público objetivo.

Ya estipulada la metodología mixta se escoge el tipo de estudio descriptivo dado que es el más apropiado. Según (kinnear, Taylor; 1998) La investigación descriptiva eficaz se caracteriza por una enunciación clara del problema de decisión, objetivos específicos de investigación y necesidades de información detalladas. Se caracteriza por un diseño de investigación cuidadosamente planeado y estructurado. Como el propósito es suministrar información sobre preguntas o hipótesis específicas, la investigación
debe diseñarse para asegurar la exactitud de los hallazgos. Por exactitud queremos decir un diseño que minimice el error sistemático y maximice la confiabilidad de la evidencia reunida. Error sistemático se refiere a un sesgo constante en el proceso de medición, mientras que confiabilidad se refiere al grado hasta el cual el proceso de medición está libre

de errores aleatorios. Para un análisis detallado del error sistemático y de la confiabilidad en relación con el proceso de medición.

6.2 Técnicas para la Recolección de la Información

Ya establecida la metodología y el tipo de estudio se procede a seleccionar las técnicas de recolección de información que se aplicaran en este proyecto para el análisis de la problemática mencionada , puesto que se implementan dentro del estudio de factibilidad, por medio de encuestas, focus grupal y un muestreo probabilístico dando respuesta a los objetivos planteados anteriormente logrando así conocer las diferentes perspectivas que tiene el grupo específico de personas que se escogerán en la ciudadanía con perspectivas hacia la cosmetología a base de cannabis y su problemática.

6.3 Fuentes Primarias y Secundarias

Fuente primaria: Es importante aclarar que la fuente de información es primaria, debido a que la información se obtendrá de forma directa al segmento de mercado el cual se encuentra en las mujeres entre las edades de 18 a 50 años de edad de la ciudad de Popayán.

Fuente secundaria: Esta información se obtendrá de las bases de datos como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), revisión bibliográfica, artículos con respecto a la cosmetología natural

6.4 Población y muestra

Población objeto de estudio

la población de estudio está conformado por mujeres de las edades de dieciocho(18) y cincuenta(50) años de edad; del cual un (30%) son empleadas y amas de casa y estudiantes que forman parte de la población económicamente activa con un porcentaje de (42,9%) (datos;DANE;2020)); es decir su poder de adquisitivo es igual o superior a

SMMLV(salario mínimo mensual legal vigente); con comportamiento de compra elevado debido a que son las más interesadas en el cuidado facial y esto conlleva a adquirir productos de cosmetología natural. Para esta investigación se tendrá en cuenta la población de la cabecera municipal de Popayán enfocada en las mujeres con un total de 70.748

Muestra

Según Fisher y Navarro (1997), “un muestreo apropiado probabilístico permite que se obtenga una pequeña parte de la población con una medida confiable de todo el conjunto. como se está tratando con una población finita”, (Fisher y Navarro; 1997).

SIMULADOR PARA CALCULAR LA MUESTRA

Intervalo de confianza %	Multiplicador Z a/2
99%	**2,58**
95%	**1,96**
90%	**1,65**
85%	**1,44**
80%	**1,28**

CALCULO DE LA MUESTRA

n:	Tamaño de la muestra.	
Z	Nivel de Confianza.	1,75
N	Tamaño de la Población.	**70.748**
P	Probabilidad de éxito/positiva.	50%
Q	Probabilidad de fracaso/negativa	50%
E	Margen de error.	8%

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{3{,}0625 * \quad 0{,}5 * \quad 50\% * \quad 70748}{0{,}64\% \quad 70747 \quad 3{,}0625 \quad 50\% \quad 50\%}$$

$$n = \frac{54.166}{453{,}5464}$$

n= **119** Tamaño de la Muestra

6.5 Sistematización de la Información

Los sistemas de información son herramientas funciona como apoyo para recopilar, procesar y almacenar información que ayude en la toma de las decisiones, para este estudio de factibilidad se utilizaran herramientas como Google Forms para la creación y recolección a través de las encuesta y Excel para la realización de tablas y gráficas para los análisis de datos obtenidos.

7. IDEA DE NEGOCIO

El Emprendimiento consiste en la producción y comercialización de cosméticos a base de cannabis dirigido a las mujeres entre 18 y 50 años del Municipio de Popayán, con el propósito de que las mujeres no sigan utilizando maquillaje convencional a base de químicos peligrosos, que producen lesiones y daños irreversibles en su piel, a cambio de esto, usen maquillaje natural a base de cannabis, aprovechando todas las propiedades que este ofrece, que las haga lucir y sentir una piel sana y bella al mismo tiempo.
Este emprendimiento pretende comercializar sombras, bases labiales y pestañitas donde su composición principal será el cannabis debido a los múltiples beneficios que contiene como antioxidantes, antibacteriano y sebo regulador, es decir, que controla la producción de grasa y brillo.

Para la producción de este bien, se cuenta con la provisión de cannabis con proveedores del departamento del Cauca legalmente constituidos, con el propósito de impulsar la economía de este departamento, los cuales facilitan que los extractos del cannabis sean del 100% del producto, contribuyendo a su cumplimiento de calidad. Además, se contará con una planta productora de cosméticos en una ubicación estratégica de Popayán, que presentará estos bienes con empaques biodegradables que sean amigables con el medio ambiente.

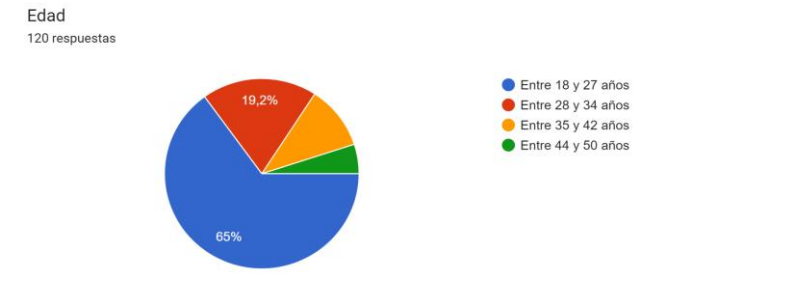
Se pretende comercializar por un canal directo hacia el segmento de mercado de manera física en una boutique de maquillaje ubicada en la ciudad de Popayán Cauca en la zona centro y de manera virtual por medio de una página web.

8. Diagnóstico

De acuerdo a la metodología de trabajo programada, se realizaron 120 encuestas de acuerdo al tamaño de muestra y población referencia en el análisis de mercado del presente negocio.

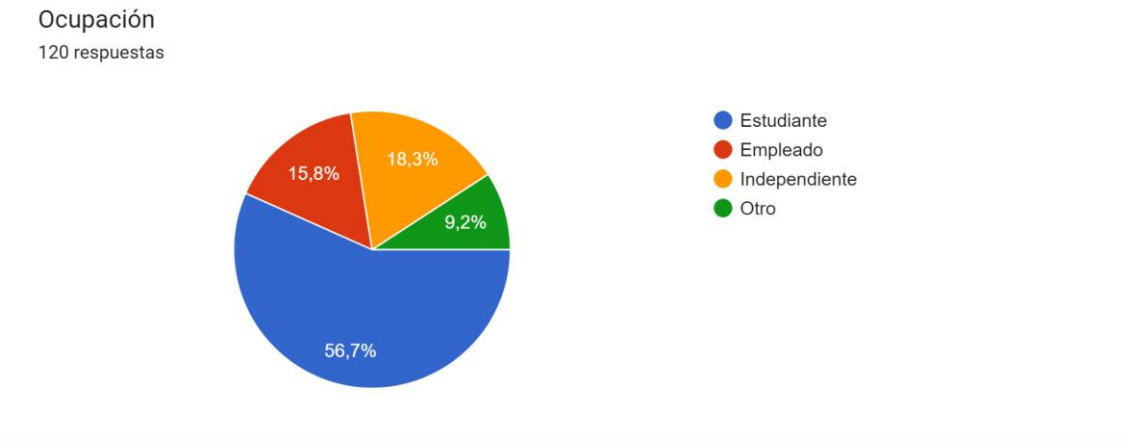
Basado en la encuesta propuesta que se encuentra en el anexo 1 del presente documento, se abordó a esta población para identificar las características e intereses de la población objetivo del mercado de cosméticos a base de cannabis en la ciudad de Popayán. A continuación de este ejercicio, se presentan los siguientes resultados:

Grafica 1 edad



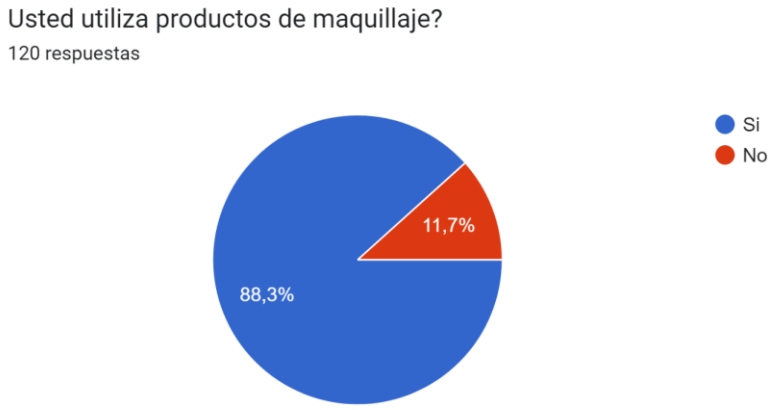
Se pudo observar que la mayoría de la muestra del segmento de mercado está en los rangos de las edades de 18 a 27 años de edad ya que son las edades que son más frecuentes en el uso de maquillaje y las cuales tienen una tendencia por una cosmetología natural

Grafica 2 Ocupación



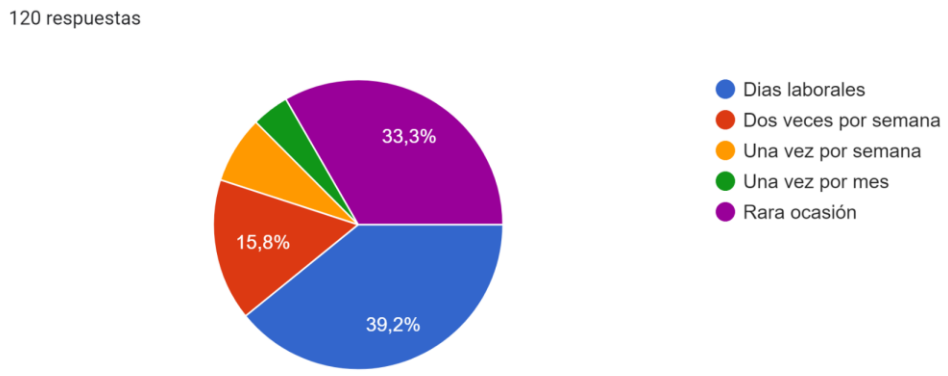
Se pudo concluir que más del 50% del segmento de mercado tienen como ocupación de estudiantes de la ciudad de Popayán mientras que el otro porcentaje está dividido entre empleadas e independientes con un 34,1% y otras ocupaciones que tienen un porcentaje de participación del 9,2%. De esta situación podría inferirse que el principal mercado a atender se enfocaría en población joven que se encuentra estudiando o trabajando, considerando un previo conocimiento de la cosmetología natural.

3 Grafica ¿Usted utiliza productos de maquillaje?



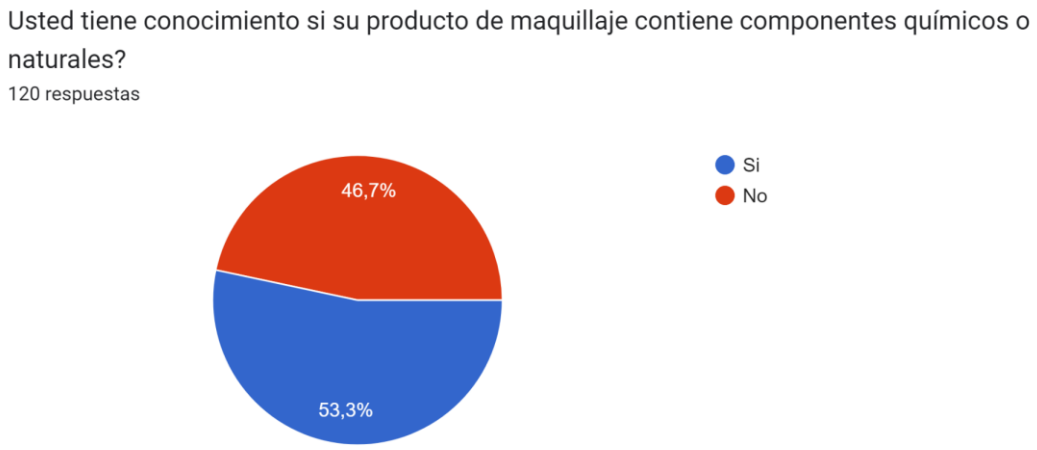
Se pudo analizar que la gran mayoría de la población de la ciudad de Popayán encuestada consume productos de maquillaje, siendo un mercado representativo que denota la probabilidad de alta demanda de los productos de cosmetología natural del presente emprendimiento.

Grafica 4 qué frecuencia consume maquillaje



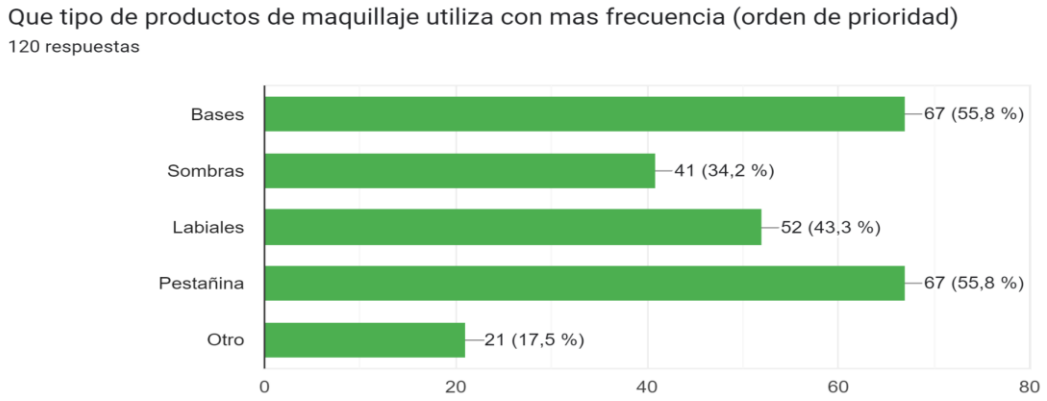
Se pudo observar que un 39,2% de las mujeres encuestadas utilizan maquillaje con más frecuencia es decir tienen mayor gusto y preferencia usarlo para los días laborales, pero también se tiene un porcentaje muy parecido con un 33,3% de mujeres que utilizan maquillaje en una rara ocasión lo usan, tales como eventos sociales o situación de rigor social que inducen a su uso de cosméticos.

Grafica 5 Usted tiene conocimiento si su producto de maquillaje contiene componentes químicos o naturales



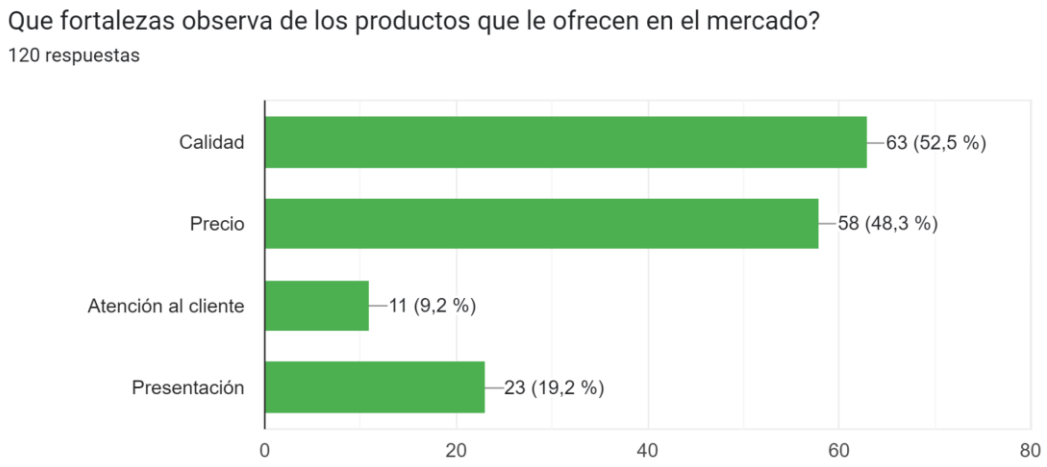
En cuanto a la pregunta de si tienen conocimiento de si su producto contiene componentes químicos o naturales, la mayoría de los encuestados el 53,3% son conscientes de que su producto tiene componentes químicos y aun así hacen uso de él, y el 46,7% de las encuestadas desconoce o no se interesan por lo conocer el tipo de componente que contienen los productos que usa en su piel.

Grafica 6 Qué tipo de producto de maquillaje utiliza con más frecuencia



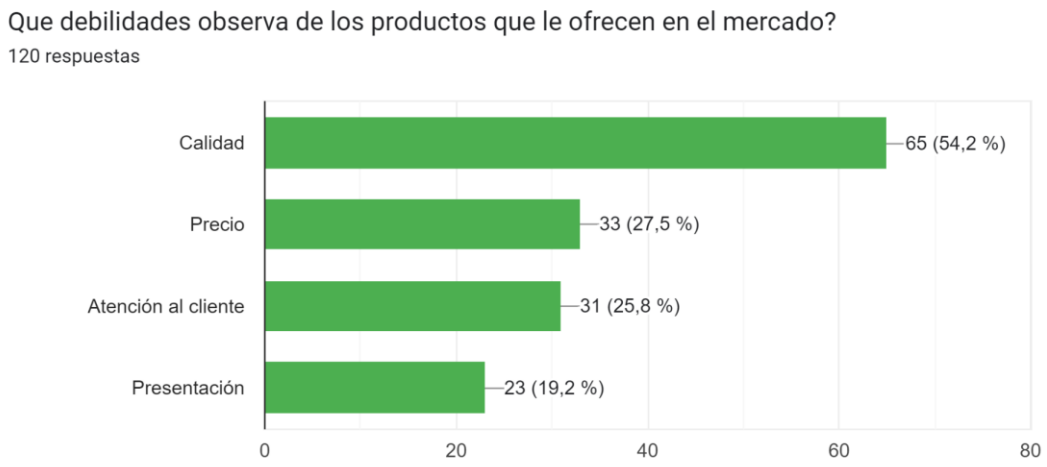
se pudo analizar que en las respuestas obtenidas por la población encuestada se obtuvo un análisis bivariado de un 55,8% entre la base y la pestañina y siendo estos los productos con mayor prioridad para su maquillaje para las encuestadas

Grafica 7 Que fortaleza observa de los productos que le ofrece el mercado



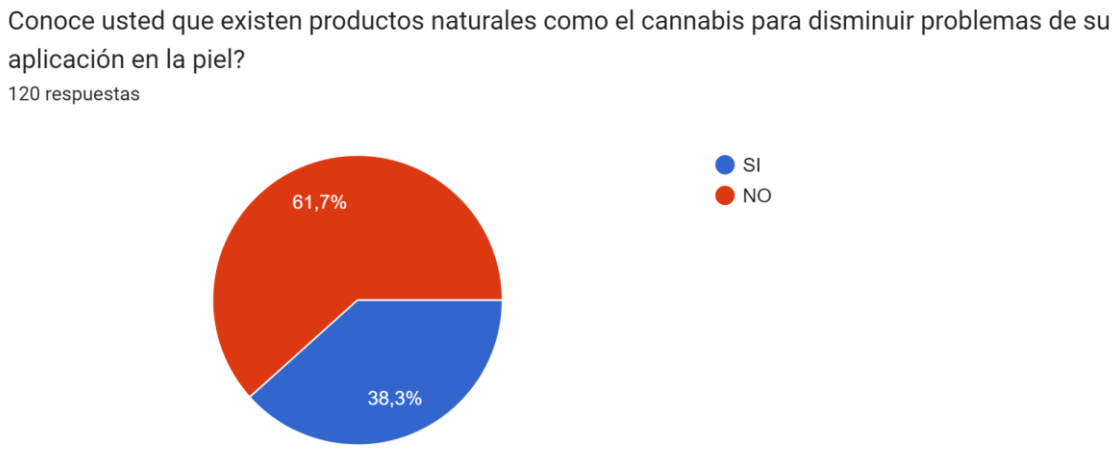
Se puede analizar que un porcentaje correspondiente a más de la mitad un 52,5% de las personas encuestadas observa que una de las principales fortalezas más notorias en la actualidad de los productos cosmetológicos que ofrece el mercado es la calidad mientras que un 48,3% observa que la fortaleza en este sector es el precio esto se da a la gran variedad de marcas en el mercado.

Grafica 8 Qué debilidades observa de los productos que ofrece el mercado



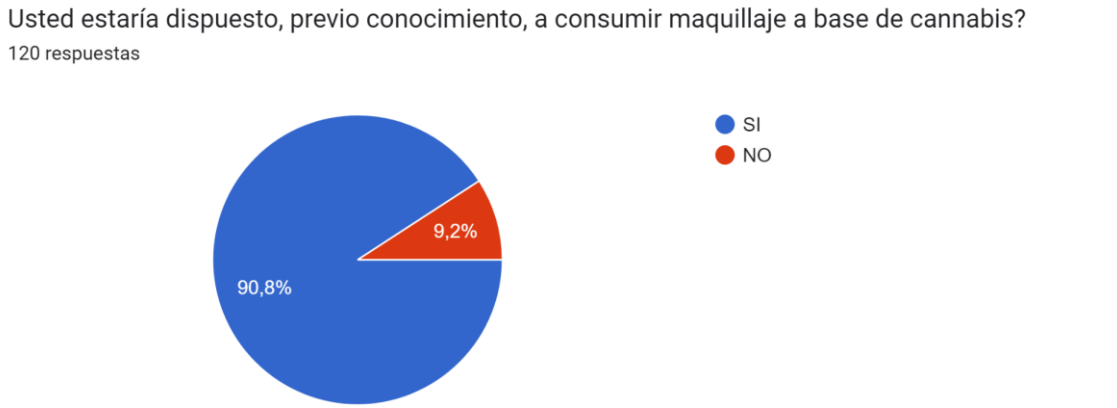
Sin embargo y basado en la pregunta anterior se puede observar que con un porcentaje del mayor a la mitad de las personas encuestadas correspondiente a un 54,2% se obtuvo que la principal debilidad de los productos que ofrece el mercado en cuanto a la cosmetología es la calidad del producto y esto se puede presentar a la gran variedad de marcas que existe en la actualidad en el mercado, sumado a que las personas encuestadas no todas adquieren los productos en un solo lugar por lo cual la calidad de los productos de cosmetología a la vez también es la principal debilidad.

Grafica 9 Conoce usted que existen productos naturales como el cannabis para disminuir problemas de su aplicación en la piel



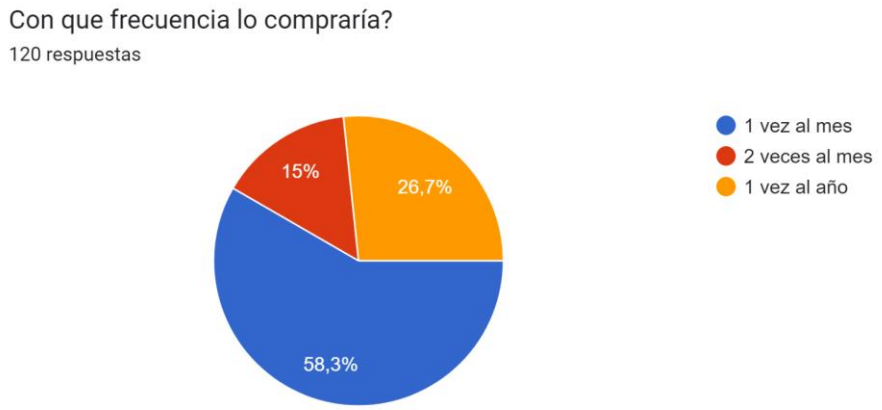
El 61,7% de las encuestadas desconocen de la existencia de productos naturales que ayudarían a mitigar y disminuir problemas solo con el hecho de usar este tipo de productos en su piel, mientras que una parte minoritaria de ellas afirman tener este tipo de conocimiento en cuanto este tipo de productos.

Grafica 10 ¿Usted está dispuesto, previo conocimiento, a consumir maquillaje a base de cannabis?



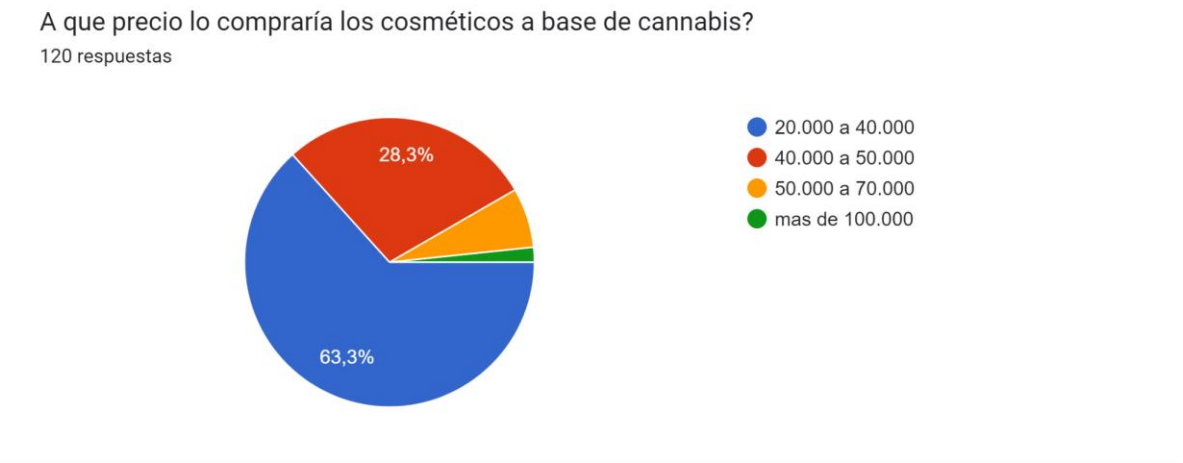
Se puede observar que se obtuvo una información bastante satisfactoria, debido a que el 90,8% de las encuestadas responden que efectivamente estarían dispuestas hacer uso de productos a base de cannabis, teniendo en cuenta un previo conocimiento de este.

¿Grafica 11Con qué frecuencia lo compraría?



Se puede analizar que se tiene un comportamiento de compra mayor al 50% de frecuencia de consumo de cosméticos a base de cannabis de una vez por mes de lo cual se puede inferir que los clientes de este segmento tiene un comportamiento de alta compra de los productos en segundo lugar las personas que tiene un comportamiento de compra más bajo es decir de una vez por año esto puede ser por el poco uso de los cosméticos teniendo en cuenta que después de abiertos el tiempo máximo recomendado por higiene de uso es de seis meses.

Grafica 12 A qué precio los cosméticos a base de cannabis



Se puede analizar que un 63.3% del segmento de mercado encuestado adquirían los cosméticos a base de cannabis en un rango de precios de 20.000 a 40.000 mil, siendo este un precio asequible para ellos y esto se deberá tener en cuenta a la hora de sacar el producto al mercado, mientras que un 28.3% estarían dispuestas a adquirir estos productos en un rango inferior que es de 40.000 a 50.000 mil pesos.

CAPITULO I ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un tipo de técnica o herramienta que tiene como objetivo conocer la existencia de la demanda insatisfecha en este estudio se incluyen elementos importantes del análisis como los son: demanda, precio y comercialización además de saber qué empresas se desenvuelven en la actividad económica a la que se quiere entrar con el proyecto pensado, en este caso la producción de un bien como lo es un cosmético a base de cannabis, como también conocer las condiciones del mercado y el precio que el público está dispuesto a pagar por este tipo de producto.

1.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

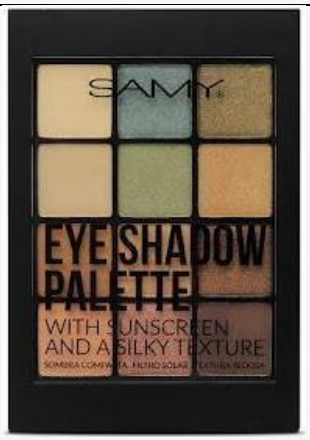
Por medio de análisis del producto se hace referencia al estudio que se quiere realizar sobre la cosmetología natural ya que esto ayudará a comprender mejor cuales son las características de estos productos, beneficios, composición y comportamiento dentro del mercado de la ciudad de Popayán.

1.1.1 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Un portafolio de productos es un modelo en el que se incluyen de manera ordenada todos los productos del negocio, estos cuentan con una descripción detallada en cuanto a su tamaño, cantidad, presentación.

Tabla 1 portafolio de productos

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN TÉCNICA	REGISTRO FOTOGRAFICO
BASES	Tipo de producto: Base Cantidad: 30ml Presentación del producto: Frasco Profundidad: 3,5 cm Ancho: 3,5 cm Altura: 9,6 cm	 https://www.farmatodo.com.co/producto/235150054-base-vogue-mate-natural
Labial	Tipo de producto: Labial Cantidad: 3 ml Tipo de piel: todo tipo de piel. Presentación del producto: Frasco Profundidad: 1.66cm Ancho: 1.66cm Altura: 10.7cm	 https://www.farmatodo.com.co/producto/215700186-labial-vogue-liquido

Pestañina	Tipo de producto: Pestañina Cantidad: 10 gr Profundidad: 18,6 cm Ancho: 3,5cm Altura: 13cm	 https://www.farmatodo.com.co/producto/203200256-pestanina-vogue-volumen
Sombras	Tipo de producto: sombras Cantidad: 9.5gr Profundidad: 1.3 cm Ancho: 7.6cm Altura: 11.2cm	 https://www.farmatodo.com.co/producto/103011811-paleta-de-sombras-samy-3-mayan-sand-x9,5gr

Fuente: Droguerías Formateado

1.1.2 ANÁLISIS DE VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

El valor agregado que se tiene en la cosmetología natural que se quiere manejar es su materia prima, el cannabis ya que se le quiere dar una nueva perspectiva en la sociedad y además de los beneficios que esta aporta para el cuidado facial.

Tabla 2 análisis del valor agregado

Necesidad	Producto	Situación	Beneficio
Disminución de riesgos de contraer enfermedades de la piel por el uso de maquillaje	Bases	Jornada de Trabajo	Seguridad Presencia social
		Cubrir imperfecciones de la piel	Presencia social Seguridad
Disminución de riesgos de contraer enfermedades de la piel por el uso de maquillaje	Sombras	Estudio	Ser más atractiva Presencia social
		Pasear	Seguridad Ser más atractiva
Disminución de riesgos de contraer enfermedades de la piel	Pestañina	Fiesta	Seguridad Presencia social

por el uso de maquillaje		Romance	Ser más atractiva para la pareja Seguridad
Disminución de riesgos de contraer enfermedades de la piel por el uso de maquillaje	Labiales	Jornada de Trabajo	Seguridad Presencia social
		Comida familiar	Sentirse más agradable

Fuente: Elaboración propia

La necesidad principal es disminuir los riesgos de contraer enfermedades a causa de usar maquillaje, pero hay que tener en cuenta que el uso del maquillaje en este caso las bases, sombras, Pestañina y labiales aportan cierto valor a las mujeres, es decir no el producto si no lo que este hace por ellas como por ejemplo brindarles seguridad y presencia social, además de verse y sentirse bien ya sea en el entorno en el que se encuentren puede ser laboral, estudiantil o social.

De esta manera, el valor agregado de este producto, es convertirse en una alternativa a la cosmetología tradicional que como bien se sabe tiene consecuencias negativas para la salud facial como manchas, acné, envejecimiento prematuro entre otras. Por eso, se quiere optar por una cosmetología natural a base de cannabis debido a sus grandes beneficios que este posee como lo es: antioxidante, antibacteriano, sebo regulador es decir controla la producción de grasa y brillo en el rostro entre otros,

1.1.3 COMPOSICIÓN FÍSICA DEL PRODUCTO

La composición física de cosméticos a base de cannabis denota cómo se articulan los ingredientes del producto de acuerdo a sus proporciones, cantidades y costos para emprender un producto de alta cantidad. A continuación, bajo estas características, se presentan los siguientes productos del portafolio con su composición física

Grafica 13 composición física de la base de maquillaje

Fuente: elaboración propia

*Grafica 14*composición física del labial

Fuente: Elaboración propia

Grafica 15 composición física de la Pestañina

Fuente: Elaboración propia

Grafica 16 composición física de la paleta

Fuente: Elaboración propia

1.1.4 COMPONENTE NUTRICIONAL

Tabla 3 composición de la base de maquillaje oscura

BASE DE MAQUILLAJE OSCURA	
COMPONENTE	PORCENTAJE EN LA FORMULACIÓN
Base de cobertura media	62.27%
Óxido de hierro amarillo	12.64%
Óxido de hierro rojo	8.79%
Ultramarino azul	8.06%
Óxido de hierro negro	8.24%
TOTAL FÓRMULA	100%

Fuente. Instituto Europeo dermocosmética C. Crist0bal, ene. 31 de 2022; cosmética facial)

Se puede analizar que es una formula química el cual el segundo componente más presente en esta es el óxido de hierro amarillo el cual es un pigmento natural cuya principal función es dar el color distintivo de la base de maquillaje y en tercer lugar se tiene el óxido de hierro rojo el cual es de origen mineral y su tonalidad puede variar dependiendo del grado de humedad de donde se extraiga este mineral.

Tabla 4 composición de la base de maquillaje piel grasa

BASE DE MAQUILLAJE COBERTURA MEDIA PIEL GRASA	
COMPONENTE	PORCENTAJE EN LA FORMULACIÓN
ALMIDÓN	40%
CAOLÍN	40%
CARBONATO CÁLCICO	5%
ÓXIDO DE ZINC	8%
ESTEARATO DE ZINC	7%
TOTAL FÓRMULA:	100%

Fuente. Instituto Europeo dermocosmética C. Cristóbal, ene. 31 de 2022; cosmética facial)

En la fórmula de composición de la base de maquillaje para piel grasa se puede observar que uno de los principales componentes es el almidón ya que es un componente que absorbe el exceso de la grasa en la piel y en igual proporción se encuentra el caolín es cuál es la arcilla, es por excelencia es un limpiador de células muertas.

Tabla 5 composición de la Pestañina

PESTAÑINA RESISTENTE AL AGUA	
COMPONENTE	PORCENTAJE EN LA FORMULACIÓN
COPERNICIA CERIFERA	1.%
EUPHORBIA CERÍFERA	5%
BEESWAX	5.%
OZOKERITE	2,%
STEARIC ACID T.P	5.%
CETYL ALCOHOL	3,%
LANOLIN OIL	3%
AQUA	54,25%
ACRYLATES/OCTYLACRYLAMIDE COPOLYMER	5.%
PROPYLENE GLYCOL	3%
AMMONIUM HYDROXIDE	2.75%
IRON OXIDES	10%
PROPYLENE GLYCOL	1%
TOTAL FÓRMULA:	100%

Fuente. Vi Casilla,A, Del pozo A vol. 24 núm. 3} (marzo 2014), Elsevier

En la fórmula de la Pestañina a prueba de agua se puede observar que su principal componente con más de un 50% es el agua, de ahí se puede encontrar el Iron oxides es el polvo de hierro metálico se utiliza para pigmentaciones opacas.

Tabla 6 composición del lápiz labial

LAPIZ LABIAL	
COMPONENTE	PORCENTAJE EN LA FORMULACIÓN
CERA DE CANDELILLA	8.9%

CERA DE CARNAUBA	4.2%
CERA DE ABEJA	3.1%
CERESINA	2%
OZOQUERITA	0.9%
MIRISTATO DE ISOPROPILO	7.5%
LANOLINA NF	4.4%
ACEITE DE CASTOR	54.3%
PIGMENTOS	12%
CONSERVADOR	0.1%
ADITIVOS DIVERSOS	2.6%
TOTAL FÓRMULA:	100%

Fuente. Jhona Herrera (mayo 05 de 2014, formulación de un labial prezi)

En la fórmula de componentes de un labial se puede analizar que su principal componente es el aceite de castor o también llamado aceite de ricino el cual contiene múltiples beneficios, dado que este contiene propiedades antimicrobianas y antiinflamatorias, que ayudan a reducir el acné, también mejora la textura de la piel debido que es rico en ácidos grasos, entre muchas otras

Tabla 7 composición de la sombra de ojos

SOMBRA DE OJOS	
COMPONENTE	PORCENTAJE EN LA FORMULACIÓN
COLOR ROJO LIPOSOLUBLE	0.16%
PIGMENTO BLANCO	0.08%
TOTALIZADOR(TI02)	0.56%
ESTEARATO DE MAGNESIO	4%
ÓXIDO DE ZINC	3%

CARBONATO DE MAGNESIO LIVIANO	45%
ACEITE MINERAL	23.6%
TALCO	23.6%
TOTAL FÓRMULA:	100%

Fuente. Juan camilo Montenegro, 01 de abril de 2012, Reformulación y formulación de sombras para ojos)

En la fórmula de componentes de las sombras se puede analizar que el componente principal es el carbonato de magnesio liviano el cual aporta una tonalidad neutra en las sombras además se puede analizar que se encuentran dos componentes en un mismo porcentaje el primero es el aceite mineral el cual es un ingrediente ligero además de que ayuda a mantener humectada la piel en segundo lugar se encuentra el talco que en la cosmología ayuda a la absorción de la humedad y grasa de la piel.

1.1.5 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos son aquellos que sirven para utilizarse en lugar de otro y cubrir ciertas necesidades que poseen los consumidores; en este caso la línea de la cosmetología natural sustituye la cosmetología sintética o tradicional, debido a que estos pueden satisfacer una su totalidad las mismas necesidades de los clientes

Tabla 8 productos sustitutos

NECESIDAD	PRODUCTO	PRODUCTO SUSTITUTO
	BASE	ACEITE NATURAL (COCO)
		COSMÉTICOS SINTÉTICOS

DISMINUCIÓN DE RIESGOS DE CONTRAER ENFERMEDADES DE LA PIEL POR EL USO DE MAQUILLAJE	LABIAL	BÁLSAMOS HIDRATANTES DE CALÉNDULA, LAVANDA ,CACAO CREMOSO,
	PESTAÑINA	VASELINA
	SOMBRAS	PREBASES

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 análisis de los productos sustitutos

PRODUCTO SUSTITUTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	REGISTRO FOTOGRAFICO
ACEITE DE COCO	SE UTILIZA COMO DESMAQUILLANTE, COMO HIDRATANTE DE PIEL EN GENERAL, COMO BÁLSAMO LABIAL E INCLUSO COMO CREMA ANTI ACNÉ O ANTI ARRUGAS	HTTPS://ECOQUIM.COM.CO/ACEITE-DE-COCO-1-2-LITRO/

COSMÉTICOS SINTÉTICOS	LOS INGREDIENTES **S**INTÉTICOS SE OBTIENEN A TRAVÉS DE PROCEDIMIENTOS INDUSTRIALES, MEDIANTE LA REACCIÓN QUÍMICA DE UNA O MÁS SUSTANCIAS	https://www.cultivarsalud.com/wp-content/uploads/2020/10/make up-brush-1761648_640-1.jpg
BÁLSAMOS HIDRATANTE DE CALÉNDULA	SE UTILIZA COMO HIDRATANTE DE LABIOS.	http://alegriamediterraneosoap.blogspot.com/2014/11/mi-coleccion-de-balsamos-labiales.html

BÁLSAMO HIDRATANTE DE CACAO	SE UTILIZA COMO HIDRATANTE DE LABIOS.	https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-887262720-manteca-de-cacao-icom-x4-unds-_JM?searchVariation=174449219295#searchVariation=174449219295&position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=df63ff58-cfb1-4b9e-b6ef-313043e00895
VASELINA	FACILITA LA CICATRIZACIÓN DE HERIDAS. HIDRATACIÓN DE LA PIEL Y LOS LABIOS	

Fuente: Elaboración propia

1.1.6 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Los productos complementarios son los que dependen de otro para poder funcionar correctamente, en la cosmetología son los que se requieren para poder realizar un buen maquillaje, y de esta manera la persona se sienta cómoda y satisfecha con el resultado final.

Tabla 10 productos complementarios

NECESIDAD	PRODUCTO	PRODUCTO COMPLEMENTARIO
DISMINUCIÓN DE RIESGOS DE CONTRAER ENFERMEDADES DE LA PIEL POR EL USO DE MAQUILLAJE	BASE	ESPEJO BROCHA
	LABIAL	LÁPIZ LABIAL BRILLO
	PESTAÑINA	RIZADOR PESTAÑAS POSTIZAS
	SOMBRAS	DELINEADOR

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 análisis de los productos complementarios

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PORQUE ES UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO
ESPEJO	AQUELLAS SUPERFICIES QUE TIENEN LA CAPACIDAD DE REFLEJAR UNA IMAGEN DE LA REALIDAD. LOS ESPEJOS	EL ESPEJO ES UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO PARA LOS COSMÉTICOS PORQUE SE PUEDE OBSERVAR QUE MAQUILLAJE SE

	ESTÁN SIEMPRE COMPUESTOS DE VIDRIO, AUNQUE LA TONALIDAD Y LA NITIDEZ DE LO QUE REFLEJAN PUEDE VARIAR DEPENDIENDO DEL TIPO DE VIDRIO. [...] | VÍA DEFINICIÓN ABC HTTPS://DEFINICIONABC.COM/ESPEJO/	QUIERE REALIZAR O QUÉ DEFINICIÓN SE LE DARÁ AL ROSTRO
BROCHAS	UNA BROCHA DE MAQUILLAJE ES UNA HERRAMIENTA CON CERDAS, QUE SE UTILIZA PARA LA APLICACIÓN DE MAQUILLAJE O PINTURA FACIAL. LAS CERDAS PUEDEN ESTAR HECHAS DE MATERIALES NATURALES O SINTÉTICOS, MIENTRAS QUE EL MANGO GENERALMENTE ESTÁ	LA BROCHA ES UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO PORQUE SE UTILIZA PARA LA APLICACIÓN DEL PRODUCTO PERMITIENDO UN MEJOR ACABADO DEBIDO A QUE CONSIGUE UNA CANTIDAD DE PRODUCTO Y SE PUEDE IR APLICANDO DE MANERA IGUAL.

	HECHO DE PLÁSTICO O MADERA	
LÁPIZ LABIAL	EL PINTALABIOS, LÁPIZ LABIAL, LÁPIZ DE LABIOS, BARRA DE LABIOS O LABIAL EN ALGUNOS PAÍSES, ES UN PRODUCTO COSMÉTICO QUE CONTIENE PIGMENTOS, ACEITES, CERAS Y EMOLIENTES QUE DAN COLOR Y TEXTURA A LOS LABIOS.	ES UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO PORQUE AYUDA A DEFINIR LOS LABIOS Y DAR VOLUMEN ANTES DE APLICAR EL LABIAL.
GLOSS	EL GLOSS O BRILLO DE LABIOS ES UN COSMÉTICO PERFECTO PARA MAQUILLAR LOS LABIOS CON UN ASPECTO MÁS NATURAL Y SENSUAL, PUES LES APORTA MUCHÍSIMO BRILLO Y UN ASPECTO JUGOSO ESPECTACULAR (MARTA VICENTA,2017;CÓMO USAR EL GLOSS)	EL GLOSS ES UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO PORQUE DA BRILLO, UN ASPECTO NATURAL Y VOLUMINOSO DESPUÉS DE APLICAR EL LABIAL.

RIZADOR DE PESTAÑAS	UN RIZADOR DE PESTAÑAS ES UN DISPOSITIVO MECÁNICO MANUAL PARA RIZAR LAS PESTAÑAS CON FINES COSMÉTICOS. POR LO GENERAL, SOLO LAS PESTAÑAS SUPERIORES ESTÁN RIZADAS	EL RIZADOR ES UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO PORQUE ES UN INSTRUMENTO PARA DAR FORMA CURVADA Y DEFINIDA A LAS PESTAÑAS, ANTES DE APLICAR LA PESTAÑINA.
PESTAÑAS POSTIZAS	LAS EXTENSIONES DE PESTAÑAS SON USADAS PARA MEJORAR LA LONGITUD, CURVATURA, CANTIDAD Y GROSOR DE PESTAÑAS NATURALES. LAS EXTENSIONES PUEDEN SER HECHAS DE VARIOS MATERIALES QUE INCLUYEN SINTÉTICO Y SEDA	LAS PESTAÑAS POSTIZAS SON UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO PORQUE LE DAN VOLUMEN A LAS PESTAÑAS NATURALES.
DELINEADOR	EL DELINEADOR DE OJOS ES UN COSMÉTICO Y MAQUILLAJE UTILIZADO PARA DEFINIR EL CONTORNO DE LOS OJOS. SE APLICA ALREDEDOR DEL	ES UN PRODUCTO COMPLEMENTARIO PORQUE ES UN ELEMENTO QUE AYUDA A DEFINIR EL CONTORNO DE LOS OJOS, LOGRANDO UN MAQUILLAJE MÁS

	MISMO PARA CREAR UNA VARIEDAD DE ILUSIONES ESTÉTICAS	COMPLETO.

Fuente: Elaboración propia.

1.2 OFERTA

La oferta es una cantidad bien sea de productos o servicios, que se ofrece por parte de empresas o personas, quienes tienen la capacidad e iniciativa de ofrecer tipos de productos que satisfagan las necesidades del mercado.

1.2.1 COMPETENCIA DIRECTA

la competencia directa es cuando una empresa vende el mismo producto, dirigido al mismo segmento de mercado, para la cosmetología natural a base de cannabis son aquellas que operan y se encuentran en el mismo sector es decir de la cosmetología natural, pero en la actualidad la cosmetología a base de cannabis en la ciudad de Popayán es casi nula. Sin embargo, la competencia directa serían los productos cosmetológicos naturales a base de girasol, de aloe entre otros.

Tabla 12 Competencia directa

OFERENTE	PRODUCTO PRINCIPAL	LOCACIÓN	POBLACIÓN OBJETIVO	VENTAJAS DIFERENCIALES	DEBILIDADES

SKORA FACE	EXFOLIANTES PARA LABIOS	TIENDA VIRTUAL	PERSONAS MAYORES DE EDAD QUE QUIEREN UNA ALTERNATIVA A LA COSMETOLOGÍA TRADICIONAL	VARIEDAD DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA PIEL CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	POCA VARIEDAD DE PRODUCTOS FACIALES TIEMPO DE ENTREGA SUPERIORES A QUINCE DÍAS
VITU	CREMA 4 EN 1 DE MIEL , COLÁGENO Y VITAMINA E	CENTRO COMERCIAL CAMPANARIO CRA 9# 24AN-21	PERSONAS MAYORES DE 35 AÑOS A MÁS.	PRECIO ACCESIBLE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	CANTIDAD DE PRODUCTO ESCASO PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO
NATURAL CONEXIÓN	BARRA LABIAL DE CALÉNDULA, MANZANILLA	EXITO PANAMERICANA CRA 9 N°03 AV-PANAMERICANA	MUJERES MAYORES DE EDAD	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO VARIEDAD DE MATERIAS PRIMAS EN	PRECIO ELEVADO CANTIDAD DEL PRODUCTO ESCASO

				LAS BARRAS DE LABIAL.	
NATURAL DAZZLE	QUARTETO DE SOMBRAS	EXITO PANAMERICANA CRA 9 N°03 AV-PANAMERICANA	MUJERES MAYORES DE EDAD	PRESENTACIÓN DE ALTA CALIDAD BUENA PIGMENTACIÓN DEL PRODUCTO	PRECIO ELEVADO VARIEDAD DE TONOS

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las ventajas y debilidades presentadas anteriormente se puede decir que las empresas distribuidoras de maquillaje ya constituidas como Vitú, Natural Dazzle, Natural conexión Skora face, cuentan con una ventaja especial en cuanto a su excelente presentación, lo cual genera una sensación de agrado por parte de los consumidores; variedad en productos ya que cuentan con un portafolio de productos bastante amplio además de la calidad de los mismos y respecto a su debilidad se presentan a nivel de precios poco asequibles ya que cuentan con productos que en otros establecimientos se lo puede encontrar a un menor precio , pocas cantidades en sus productos y demora en tiempos de entrega.

1.2.2 COMPETENCIA INDIRECTA

La competencia indirecta son todas aquellas empresas, establecimientos o emprendimientos de la ciudad de Popayán que ofrece un producto o servicio diferente a la cosmetología natural, pero es un sustituto como lo es los cosméticos sintéticos y cubrir las mismas necesidades de los clientes o de una población en general.

Tabla 13 Competencia indirecta en la ciudad de Popayan

OFERENTE	**PRODUCTO PRINCIPAL**	**LOCACIÓN**	**POBLACIÓN OBJETIVO**	**VENTAJAS DIFERENCIALES**	**DEBILIDADES**
SURTIBELLEZA	COSMÉTICOS SINTÉTICOS	CRA.9 #6-47, POPAYÁN, CAUCA,	POBLACIÓN DE POPAYÁN Y SUS ALREDEDORES MAYORES DE EDAD	PRECIOS ACCESIBLES PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS	FALTA DE UNA TIENDA VIRTUAL O UN CANAL DE COMUNICACIÓN
BEAUTY ROSE MAKEUP	PESTAÑINA SINTÉTICAS	CL.10#16N-67,POPAYÁN, CAUCA	ADOLESCENTES ENTRE LAS EDADES DE 18 Y 25 AÑOS	MULTIMARCAS TIENDA FÍSICA Y VIRTUAL	PRECIOS ELEVADOS

ORO BLANCO MAKEUP	SOMBRAS Y BROCHAS	TIENDA VIRTUAL EN POPAYÁN	ADOLESCENTES ENTRE LAS EDADES DE 18 Y 25 AÑOS	PRECIOS ACCESIBLES VARIEDAD DE PRODUCTOS	NO CUENTA CON TIENDA FÍSICA

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las ventajas y las debilidades de la competencia indirecta de la ciudad de Popayán como Surtibelleza, Beauty rose makeup y oro blanco makeup las principales ventajas son los precios accesibles ya que son distribuidores directos de las marcas que manejan y por ende pueden dar precios más bajos en el mercado actual y las múltiples marcas ya que cuentan con gran variedad en su portafolio de productos que manejan estos establecimientos y las debilidades más notorias son la falta de una tienda virtual o diferentes medios de comunicación para no tener que desplazarse hasta el establecimiento.

1.8 DEMANDA

En la demanda del mercado de este negocio, se busca cuantificar la probable cantidad de personas que tendrían interés en el consumo de este producto. Para ello, se va a analizar desde dos componentes, el primero la demanda potencial y el segundo, la demanda real, el cual dará a entender las cantidades probables de demanda dispuestas a consumir el producto. A continuación, se explica cada uno de ellos.

1.8.1 DEMANDA POTENCIAL

La población de estudio está conformado por mujeres de las edades de dieciocho(18) y cincuenta(50) años de edad; del cual un (30%) son empleadas y amas de casa y

estudiantes que forman parte de la población económicamente activa con un porcentaje de (42,9%) (datos;DANE;2020)); es decir su poder de adquisitivo es igual o superior a SMMLV(salario mínimo mensual legal vigente); con comportamiento de compra elevado debido a que son las más interesadas en el cuidado facial y esto conlleva a adquirir productos de cosmetología natural. Para esta investigación se tendrá en cuenta la población de la cabecera municipal de Popayán enfocada en las mujeres con un total de 70.748, por consiguiente se tiene que la demanda potencial para la cosmetología natural a base de cannabis son mujeres de la ciudad de Popayán que tengan interés por el consumo de productos de maquillaje entre las edades de 18 a 27 años de edad, que quieran optar por una nueva línea de productos de cosmetología a base de cannabis debido a los beneficios que este tiene en el cuidado facial.

Tabla 14 Demanda potencial

VARIABLE DEMOGRÁFICA	CUANTIFICACIÓN DE DEMANDA POR ÍTEM
MUJERES DANE 2021	150167
EDAD 18 A 50 AÑOS DANE 2021	85.032
INGRESO IGUAL O SUPERIOR A UN SMMLV FUENTE. LA REPÚBLICA A NIVEL NACIONAL.	70.748

Fuente: DANE

1.8.2 DEMANDA REAL

La demanda real al consumo de productos cosmetológicos naturales a base de cannabis se concentra en las mujeres de la ciudad de Popayán entre las edades de 18 y 27 años de edad que mayormente utilizan con más frecuencia los productos de cosmetología como base y

pestañina, en los días laborales es decir más de cinco veces por semana ya que son la gran mayoría de mujeres que están dispuestas a utilizar esta nueva línea de maquillaje natural a base de cannabis.

El interés de consumo de los productos cosmetológicos naturales a base de cannabis se denotar que el 90,3% de las mujeres tienen interés en el producto, se genera una referencia de alta probabilidad de consumo, que permite deducir que por lo menos 63885 mujeres tendrían interés de compra del cosmético.

Frecuencia de compra: Para dar sostenibilidad al negocio, se hace necesario buscar las personas que opten por la mayor frecuencia posible de compra del producto. Para este caso, el 58,3% consumiría el producto una vez al mes. De esta manera, se puede inferir que, de las 63885 mujeres de interés, por lo menos 37244 personas.

El interés de precio de los productos cosméticos naturales a base de cannabis se encuentra en un 63,3% con un precio que sea asequible para las mujeres interesadas por lo cual el precio más favorable se encuentra entre los 20.000 a 40.000 mil pesos colombianos, siendo entonces de 23575 personas.

1.8.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR

El consumidor del producto son mujeres entre las edades de 18 a 50 años quienes cuentan con una profesión, ya sea estudiantes, ama de casa, empleadas, trabajadoras independientes entre otros, del municipio de Popayán que devengan uno o más SMMLV. Estos segmentos se caracterizan por querer una cosmetología natural como lo es el cannabis, a su vez que tengan una frecuencia de compra de 1 vez al mes o 2 veces al mes de los productos, el rango de precio óptimo para la comercialización de estos productos cosméticos a base de cannabis es de entre los 20.000 y los 40.000 pesos.

1.9 PRECIOS

El precio es una variable del mercado, por eso las personas encargadas de la empresa deben, en principio, establecer el precio que más adecuado, de acuerdo a los atributos que poseen los productos.

Para el precio se deben tomar en cuenta los costos directos a los cuales se compran las materias primas, envases, etiquetas, salarios del personal y los costos indirectos como arrendamiento de local, servicios de agua, energía, internet; sin dejar de lado que serán productos con precios asequibles y justos para el público debido a los grandes beneficios que estos tienen. Por ello el precio de compra del producto se define en el momento de compra a los proveedores y así lograr comercializarlos a buen precio.

Con el fin de decidir cuál será el precio más accesible de los productos, se tomará como referencia los productos similares de la competencia directa.

Tabla 15 precios de la competencia Producto Base

PRODUCTO	**VITU**	**NATURAL DAZZLE**	**FACE ATELIER**	**EMPRENDIMIENTO**
BASE POR UNIDAD	$ 12.471	$ 45.000	$ 282.651	$12.000

Fuente: MercadoLibre

Tabla 16 precio de la competencia Producto Labial

PRODUCTO	**VITU**	**NATURAL DAZZLE**	**FACE ATELIER**	**EMPRENDIMIENTO**
LABIAL POR UNIDAD	$ 12.350	$ 20.000	$ 214.800	$10.000

Fuente: MercadoLibre

Tabla 17 precio de la competencia producto Pestañina

PRODUCTO	VITU	MAC	MAYBELLINE	EMPRENDIMIENTO
PESTAÑINA POR UNIDAD	$ 11.120	$ 105.900	$ 59.900	$12.000

Fuente: MercadoLibre

Tabla 18 precio de la competencia producto sombra de ojos

PRODUCTO	VITU	MAC	MAYBELLINE	EMPRENDIMIENTO
SOMBRAS	$ 16.240	$ 156.900	$ 36.000	$15.000

Fuente: MercadoLibre

Para poder introducirnos en el mercado pensamos que es preferible, en un primer momento, ofrecer precios unitarios inferiores a la media de la competencia, ya que pensamos que será mejor acogidos por la competencia.

Para poder entrar en el mercado, se cree que es recomendable, en primer momento, ofrecer un precio unitario por debajo del promedio competitivo, ya que se quiere que sean precios asequibles para el segmento de mercado el cual está conformado por las mujeres de la ciudad de Popayán y de esta manera ser mejor acogido por el mercado.

Otra estrategia para ser atractivo en el mercado es la creación de un kit de maquillaje básico, el cual contiene, una base líquida, una Pestañina, un labial y una paleta de sombras,

por 40.000 pesos, todo esto con el fin de que las mujeres de la ciudad de Popayán puedan adquirir estos productos a un mejor precio.

1.9 DISTRIBUCION, COMERCIALIZACION

La distribución es la forma como se hace llegar los productos hacia los clientes finales. Por lo tanto, es importante elegir la forma más correcta de realizarla.

Tipo de distribución = fabricantes= minoristas= consumidor final

Tipo de distribución por el producto = Masivo (por estrategia de bajos precios)

Los canales de distribución y comercialización de los productos cosmetológicos a base de cannabis van estar enfocado en un canal corto es decir productor, minorista y consumidor, por lo tanto, es la empresa fabricante quien entrega al minorista y este a su consumidor final

Grafica 17 Canales de distribución

Fuente: Elaboración propia

1.10 PROMOCIÓN

Se realiza a través de la publicidad, para informar y dar a conocer el producto o servicio.

En cuanto a promoción de los productos cosmetológicos a base de cannabis se realizarán descuentos por volúmenes de compra, promociones de kits de maquillaje, con el propósito de lograr la fidelización y atracción de nuevos clientes.

1.11 LOGO Y SLOGAN DE LA EMPRESA

GRÁFICA DEL LOGO

Grafica 18 Logo

Fuente: Elaboración propia

SLOGAN

"Un toque encantador de la naturaleza" por medio de este slogan lo que se quiere es lograr concientizar a las mujeres que utilizan con frecuencia maquillaje sintético, de que hay una alternativa natural en la cosmetología, el cual tiene múltiples beneficios para su piel facial.

1.12 ANÁLISIS DEL LOGO

TAMAÑO

El tamaño del lienzo que se utilizó para la realización del logo es de 500 * 500px es decir un aproximado de 13,22 cm de largo y de ancho.

COLORES

- Verde oscuro: este color se utiliza en el diseño del logo de ***amor natural*** ya que es un color que significa ambición, pero además de esto es asociado a la naturaleza.
- Blanco: Este color se utiliza en el diseño del logo de ***amor natural*** porque inspira limpieza, creatividad, crecimiento.
- Gris: este color se implementó en el slogan de ***amor natural*** ya que se quería lograr un contraste de colores con el color verde oscuro.

IMÁGENES

- Cannabis: se incorporó en el logo de ***amor natural*** ya que es la parte fundamental y lo que le da vida a esta nueva línea de cosmetología natural gracias a sus múltiples beneficios.
- Señora aplicándose base en el rostro: porque es una línea de cosmetología dirigida a las mujeres que la mayoría utilizan el maquillaje en días laborables y uno de los principales productos que utilizan en su rutina de maquillaje es la base.

1.13 TIPOS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Los tipos de estrategias de promoción radica en la planificación en la que se utilizan herramientas publicitarias, que tienen como objetivo dar a conocer el producto, a fin de generar ventas y de esta manera lograr una fidelización de clientes como también la atracción de nuevo público.

1.13.1 MARKETING DIRECTO

El tipo de marketing que usará es el marketing directo, porque permite que la comunicación sea más directa a través de medios electrónicos, es decir, los productos de cosméticos a base de cannabis se promocionarán por medio de Los canales virtuales tales como, redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok y un sitio web; además de participar en ferias y exposiciones de belleza a nivel local y nacional.

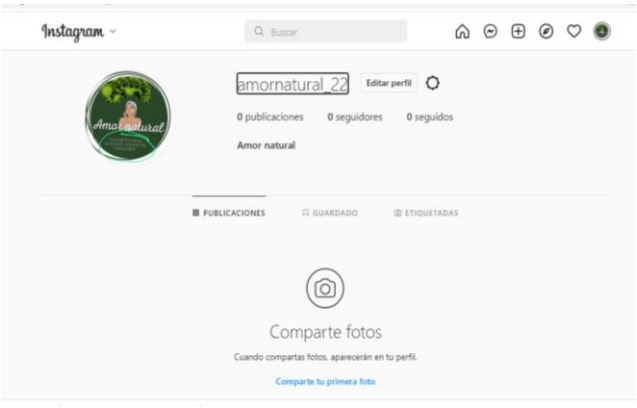
FACEBOOK

Grafica 19 Perfil de Facebook

Fuente: Elaboración propia

INSTAGRAM

Grafica 20 Perfil de Instagram



TIKTOK

Grafica 21 Cuenta de Tik Tok

1.13.2 EXPOSICIONES Y FERIAS

Otro canal de promoción en cuanto a exposiciones y ferias se tiene en cuenta a Expo belleza ya que estas permiten mantener una comunicación directa con los clientes, así mismo obtener contactos bien sea de clientes, proveedores, intermediarios, incluso a analizar precios de la competencia existente, también por medio de la tienda física la cual estará ubicada en la ciudad de Popayán la cual contará con envíos a nivel nacional.

Grafica 22 *expo belleza*

Fuente: Expo belleza

1.14 PROYECCIÓN POR VENTAS

La proyección por ventas o pronóstico de ventas es un cálculo aproximado de ventas que la empresa debe realizar determinando el tiempo (diario, mensual, anual) y esto sirve para analizar el alza o baja del consumo en los productos, con base en el tiempo que se presupuesta por la empresa o negocio, para esto se desarrollaran los siguiente componentes: Análisis de porcentaje de preferencia de acuerdo a la demanda real, cantidad de ventas de los productos (sombras, pestañina, labial, base), desde el año 1 hasta el año 5 y la influencia que tiene la tasa de crecimiento en este proyecto.

1.14.1 ANÁLISIS DE PORCENTAJE DE PREFERENCIA DE ACUERDO A LA DEMANDA REAL

Para el análisis del porcentaje de acuerdo a la demanda real se va a tomar un porcentaje de un 60% del total de la demanda real debido a que se cubrir todas las necesidades de nuestra demanda real la cual si se tomara toda no se tendría la capacidad de producción para tomar el 100% de la demanda real.

Tabla 19 Análisis de porcentaje de preferencia

DEMANDA REAL	**DEMANDA REAL FINAL 100%**
23575	23575
PRODUCTO	**PORCENTAJE DE PREFERENCIA**
BASE	30%
PESTAÑINA	30%
LABIAL	18%
SOMBRA	23%

Fuente. Elaboración Propia.

Tabla 20 Cantidad de ventas de productos año 1

CANTIDAD	**CANTIDAD**	**CANTIDAD**	**CANTIDAD**	**CANTIDAD**	**CANTIDAD**
PRODUCTO	**BASE**	**LABIAL**	**SOMBRAS**	**PESTAÑINA**	**KIT**
POR AÑO	6958	6958	4258	5400	7544
POR SEMANA	134	134	82	104	145
POR DÍA	19	19	12	15	21

Fuente. Elaboración Propia.

En la proyección de ventas de los cosméticos de maquillaje a base de cannabis se realizó el pronóstico por año, semana y día, en el cual se tuvieron en cuenta la demanda real, la cual es de 23.575, el porcentaje de preferencia de la encuesta realizada anteriormente a la muestra del segmento de mercado , la cual arrojó que el producto que se usaba con más frecuencia y por ende el de mayor compra son las bases, la cual por en el primer año se tendría una proyección de ventas de 6.958 bases de maquillaje el cual a la semana se tendrán que comercializar 134 productos y al día 19 bases, de igual manera la proyección

de ventas arroja que el labial t se tendrá que comercializar en las mismas cantidades de la base de maquillaje, las sombras de maquillaje tendrá una proyección de ventas al año de 4.258 el cual se deberá comercializar semanalmente 82 productos es decir que al día se tendrán que vender 12 productos, las pestañinas tienen una proyección de ventas anuales de 5.400 la cual se deberán comercializar semanalmente 104 productos es decir al día se deberán vende 15 productos .De acuerdo a las cifras anteriores se refleja que cada día, semana y año se van a ir aumentando las ventas considerablemente lo cual es importante para el sostenimiento de la empresa,

Tabla 21 Variable de crecimiento

VARIABLE DE CRECIMIENTO	**AÑO2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
% CANTIDADES DE VENTAS	2%	2%	2%	2%
% PRECIO	5,60%	INFLACIÓN 2021		

Fuente: Elaboración propia

la tasa de crecimiento también es importante para realizar la proyección por ventas, puesto que implica una serie de factores, en este caso la población, debido a que se encuentra en constante cambio, bien sea por natalidad, mortalidad o migración, es decir, cada año según datos del DANE se tiene información que la población crece en un 2%, es por esto que también cambia y crece el segmento de mercado a quién está dirigido nuestro producto, como lo son las mujeres mayores de 18 años de edad de la ciudad de Popayán. es por esto que la tasa de crecimiento es fundamental a la hora de realizar una proyección por ventas,

otro dato importante para realizar la proyección es el incremento en el precio de las materias primas en un 5.6%, para la producción de cosméticos a base de cannabis se verá reflejado en alza de los precios en los productos a la hora de ser distribuidos, estas alzas dependen de la tasa de inflación de acuerdo al año en que se encuentre en Colombia.

Tabla 22 proyección por ventas año 1

AÑO 1				
PRODUCTO	**PRESENTACIÓN**	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**INGRESOS**
BASE	UNIDAD	6958	$ 12.000	$ 83.499.119
LABIAL	UNIDAD	6958	$ 10.000	$ 69.582.599
SOMBRAS	UNIDAD	4258	$ 15.000	$ 63.870.595
PESTAÑINA	UNIDAD	5400	$ 12.000	$ 64.805.286
KIT	KIT	7544	$ 40.000	$ 301.760.000
TOTAL				$ 583.517.599

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 Proyección por ventas año 2

AÑO 2				
PRODUCTO	**PRESENTACION**	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**INGRESOS**
BASE	UNIDAD	7097	$ 12.672	$ 89.938.571
LABIAL	UNIDAD	7097	$ 10.560	$ 74.948.809
SOMBRAS	UNIDAD	4343	$ 15.840	$ 68.796.295
PESTAÑINA	UNIDAD	5508	$ 12.672	$ 69.803.070
kit	KIT	7695	$ 42.240	$ 325.031.731
TOTAL				$ 628.518.476

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24 Proyección por ventas año 3

AÑO 3				
PRODUCTO	**PRESENTACION**	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**INGRESOS**
BASE	UNIDAD	7239	$ 13.382	$ 96.874.634
LABIAL	UNIDAD	7239	$ 11.151	$ 80.728.861
SOMBRAS	UNIDAD	4430	$ 16.727	$ 74.101.865
PESTAÑINA	UNIDAD	5619	$ 13.382	$ 75.186.283
KIT	KIT	7849	$ 44.605	$ 350.098.178
TOTAL				$ 676.989.821

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25 Proyección por ventas año 4

AÑO 4				
PRODUCTO	**PRESENTACION**	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**INGRESOS**
BASE	UNIDAD	7384	$ 14.131	$ 104.345.605
LABIAL	UNIDAD	7384	$ 11.776	$ 86.954.671
SOMBRAS	UNIDAD	4519	$ 17.664	$ 79.816.601
PESTAÑINA	UNIDAD	5731	$ 14.131	$ 80.984.649
KIT	KIT	8006	$ 47.103	$ 377.097.750

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26 proyección de ventas año 5

AÑO 5				
PRODUCTO	**PRESENTACION**	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**INGRESOS**
BASE	UNIDAD	7532	$ 14.922	$ 112.392.738
LABIAL	UNIDAD	7532	$ 12.435	$ 93.660.615
SOMBRAS	UNIDAD	4609	$ 18.653	$ 85.972.057

PESTAÑINA	UNIDAD	5846	$	14.922	$	87.230.185
KIT	KIT	8166	$	49.741	$	406.179.528
TOTAL					$	785.435.124

Fuente: Elaboración Propia

En conclusión y gracias a la proyección por ventas, la cual se realizó desde el año uno(1) hasta el año cinco (5) en los cuales se pueden observar el crecimiento tanto en cantidad de compras, precio de venta y aumento en los ingresos, también se puede analizar que el producto más vendido en este periodo es la base de maquillaje, en el primer año sus ventas en cantidades fueron de 6958 generando en ese mismo periodo de tiempo unos ingresos de 83.499.119 y en el año cinco se tiene que se tendrán ventas del mismo producto por un total de 7532 unidades generando 112.392.738 ingresos en ese año .

También se puede concluir que el kit de maquillaje, es decir los cuatro productos agrupados, de igual manera

CAPITULO II ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es un componente del estudio de factibilidad que permite el proceso operativo del negocio, considerando los resultados de factibilidad que se denotaron del interés del consumo de este producto en el mercado de Popayán, definiendo cómo se desarrollará la cadena productiva. Por consiguiente, para comprender este proceso, se analizaran variables como el tamaño del negocio, localización de la fábrica de producción, ubicación del punto de venta físico ubicado en la ciudad de Popayán, distribución geográfica del negocio son como van a estar distribuidas las diferentes áreas en la planta de producción y en el punto de venta, actividades claves, recursos claves, alianzas claves, todo esto enfocado a la ingeniería básica de la producción y comercialización de cosmetología facial a base de cannabis.

2.1 TAMAÑO DEL NEGOCIO

La capacidad máxima de producción de ***Amor natural*** de productos de maquillaje a base de cannabis está basada en la proyección por ventas que se relaciona a la participación del negocio en el mercado y sus condiciones de capacidades instaladas a producir; para esto se deberá tomar como referencia la demanda total de producción del año cinco y dividirlo por la cantidad económica de pedido(EOQ).

Tabla 27 Tamaño del negocio

PRODUCTO	CANTIDAD	TAMAÑO DE PRODUCCIÓN
BASE	4.519	7.531
LABIAL	4.519	7.531
SOMBRAS	2.765	4608
PESTAÑINA	3.507	5.845
kit	4.900	8.166

TOTAL	20.210PRODUCTOS	33.681 PRODUCTOS

fuente: elaboración propia

El tamaño del negocio está dado por la cantidad de productos totales a vender en el año 5, según la proyección por ventas y el portaje de la demanda real 60%, el cual arroja que el tamaño de producción para atender la demanda, en cuanto a bases de maquillaje, es de 7531 por unidad así mismo los labiales, para las sombras de 4608 unidades, pestañinas 5.845 y por último el kit de maquillaje 8166.

2.2 LOCALIZACIÓN

La localización es el punto donde se pretende analizar cuál será la ubicación más adecuada para ubicar la fábrica para la producción de los cosméticos a base de cannabis , como también la ubicación más estratégica para el punto físico donde se realizará la venta de estos productos mencionados anteriormente, ya que la localización es la que determinará en gran medida el éxito o por el contrario el fracaso del negocio, ya que en esta estima criterios tanto sociales como estratégicos, económicos y otros.

2.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

En la macro localización del proyecto se quiere es seleccionar la cobertura del mercado de ***Amor natural***, para así decidir cuál es la región más ventajosa donde se ubicará la empresa, por lo cual la zona en la que se quiere ubicar es en la ciudad de Popayán y logra la cobertura a las nueve comunas de esta ciudad en especial a las mujeres mayores de edad que tengan una preferencia por una cosmetología natural. Los parámetros que se tienen en cuenta para haber seleccionado a la ciudad de Popayán es el cubrimiento del mercado, estados de las vías de la ciudad, la disponibilidad de materias primas y de personal,

disponibilidad de servicios públicos, disponibilidad de comunicaciones; además de querer impulsar la economía municipal y departamental por medio de este emprendimiento.

Mapa de las comunas de Popayán

Grafica *23 Mapa de las comunas de Popayán*

Fuente. comunas y barrios de Popayán, Scribe.

2.2.1.1 FACTORES DE LOCALIZACION

Los factores de localización son los parámetros por el cual se determinan cuáles van a ser las ubicaciones estratégicas y competitivas para la ubicación tanto de la planta de producción como el punto de venta debido a que estos factores afectarán directamente en la producción de cosméticos a base de cannabis.

los factores que se tendrán en cuenta los siguientes parámetros como lo son: seguridad de las vías, estado de las vías, disponibilidad de materias primas, disponibilidad de personal.

SEGURIDAD EN LAS VÍAS

La seguridad en las vías para la fábrica de producción especialmente en la avenida internación Panamericana es mala debido a que hay en puntos los cuales son solitarios y no cuentas con alumbrado público además del mal estado de la misma; por otro lado, para el punto de venta en la ciudad de Popayán los contantes cierres de las vías y la falta de seguridad en las mismas.

ESTADO DE LAS VÍAS

El estado de las vías entre Mondomo y Popayán se encuentran en regula restado debido a que hay puntos en este recorrido que son peligrosos ya sea por la falta de iluminación o por daños en las vías ; existe una única vía y es la principal (Panamericana) y es importante para el negocio, puesto que se necesita para el transporte de las materias primas para la elaboración de los cosméticos, Para llevar los productos terminados hasta el local donde se realizará la atención y venta, se cuenta con vías en buen estado para el acceso a la ciudad, aunque se resalta que solo hay una vía y se usa para entrar y salir de la ciudad, lo cual podría presentar inconvenientes si se presentaran problemas de orden social (paros, protestas)

DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMA

La disponibilidad de materias primas en este caso el cannabis es la parte fundamental a la hora de la producción de los cosméticos y esto algo que como bien es conocido en la mayoría de casos todavía es ilegal por lo cual a nivel departamental ***Amor Natural solo*** contaría con un solo proveedor ya que es el único que en la actualidad cuenta con los permisos y requisitos necesarios para producir cannabis legalmente.

DISPONIBILIDAD DE PERSONAL

Para la contratación del personal en la planta de producción se requiere personal con que tengan un conocimiento previo en el sector de la cosmetología o similares como es el caso de los ingenieros bioquímicos y para el punto de venta se el personal deberá estar

capacitado en cuanto a toda la información de los productos y de la empresa esto se dará por medio de capacitaciones que dará ***Amor Natural,*** debido que como ya es de conocimiento se quiere impulsar la economía local sin importar el nivel de estudio para ciertos cargos.

2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

La micro localización se basa en seleccionar el lugar adecuado y específico dentro de la ciudad de Popayán, donde indicará la mejor alternativa para situar la fábrica, donde se realizará las actividades de producción de cosméticos a base de cannabis.

A Continuación, se presentan dos sitios potenciales para ubicar el negocio en la ciudad, teniendo en cuenta los permisos legales para la ubicación del negocio.

CERCANÍA CON EL PÚBLICO OBJETIVO

La cercanía de ***Amor natural*** con el público objetivo es el punto estratégico de la ubicación del punto de venta ya que está ubicado en una de las áreas más comerciales del sector de la cosmetología en el centro de la ciudad de Popayán

POT POPAYÁN

El POT (Plan de Ordenamiento Territorial), es una herramienta que busca dar un orden físico y socioeconómico.

Popayán para el año 2022 no tiene ninguna restricción en el punto de ventas de ***Amor Natural*** en el centro de la ciudad, puesto que es una zona comercial y en cuanto al punto de la fábrica de producción, si tendría restricciones en cuanto al área donde se quiera ubicar, teniendo en cuenta estas restricciones y realizando el respectivo análisis de posibles lugares que cumplan con las condiciones dadas, se determina que deberá ser a las afueras de la ciudad.

ESPACIO PÚBLICO

En cuanto al espacio público se tiene ciertas dificultades ya que en donde estaría ubicado el punto de la tienda física de ***Amor Natural no*** contaría con área de parqueadero para los clientes en el establecimiento por falta de espacio ni tampoco con un parqueadero cercano.

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS Y DE COMUNICACIÓN

Existe una buena disponibilidad de servicios públicos en la ciudad de Popayán (agua, energía), para la fábrica de ***Amor natural,*** según lo dicho por el acueducto y alcantarillado de Popayán, aunque para acceder a este servicio se debe contar con un documento que certifique por parte de la empresa prestadora del servicio que el predio es apto para para ser conectado a las principales fuentes que ya existe.

Tabla 28 Micro localización para la fábrica de producción

REGISTRO FOTOGRÁFICO UBICACIÓN DE LA FÁBRICA DE PRODUCCIÓN	
SITION 1	**SITIO 2**
PARQUE INDUSTRIAL FUENTE: GOOGLE MAPS DIRECCIÓN, VÍA PANAMERICANA POPAYÁN- PIENDAMÓ	BARRIO COLINAS DE POMONA FUENTE: INMOBILIARIA FINCA RAÍZ POPAYÁN. DIRECCIÓN, CALLE 25N, POPAYÁN.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29 Cuadro Comparativo de la ubicación para la fábrica de producción.

FÁBRICA	**SITIO 1**	**SITIO 2**
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PARQUE INDUSTRIAL	BARRIO COLINAS DE POMONA
POT POPAYÁN (PLAN ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y UBICACIÓN POR ZONA RELACIONADA AL NEGOCIO)	5	1
ESPACIO PÚBLICO	5	3
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	5	3
DISPONIBILIDAD DE PERSONAL	4	4
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS Y COMUNICACIONES	5	4
TOTAL	24	15

Fuente: Elaboración Propia

La localización para la ubicación de la fábrica de Amor ***Natural*** más adecuado para la fábrica de producción es en el parque industrial ubicado en la zona norte ya que es un lugar de fácil acceso para que los vehículos con mercancías, puedan acceder y salir sin inconvenientes, este sitio queda contiguo a la avenida panamericana, además de esto se contará con un área de cargue y descargue de mercancías y de materias primas, existe una buena disponibilidad de servicios públicos y según POT está en un lugar adecuado mientras que en el Barrio colinas de Pomona si tendría restringido por el POT de la ciudad de Popayán (Plan ordenamiento territorial y ubicación por zona relacionada al negocio)

Tabla 30 Micro localización del punto de venta físico

REGISTRO FOTOGRÁFICO UBICACIÓN DEL PUNTO DE VENTA	
SITIO 1	SITIO 2
ZONA CENTRO	ZONA NORTE
FUENTE: GOOGLE MAPS DIRECCIÓN: ZONA CENTRO CRA. 9 #6, POPAYÁN, CAUCA.	FUENTE: GOOGLE MAPS DIRECCIÓN: CARRERA 9 #73 AN -200 NORTE POPAYÁN, CAUCA.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 Cuadro comparativo para la ubicación del punto de venta.

PUNTO DE VENTA	**SITIO UNO**	**SITIO DOS**
FACTOR LOCALIZACIÓN	**ZONA CENTRO CRA. 9 #6 POPAYÁN, CAUCA**	**CARRERA 9 #73 AN - 200 NORTE**
UBICACIÓN CERCANA A LA POBLACIÓN OBJETIVO	5	2
POT POPAYÁN	5	4
ESPACIO PÚBLICO (FACILIDAD DE ACCESO DE VÍAS Y DE PARQUEO)	4	4
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	5	4
DISPONIBILIDAD DE PERSONAL	4	3
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS Y COMUNICACIONES	4	3
TOTAL	27	20

Fuente: Elaboración propia.

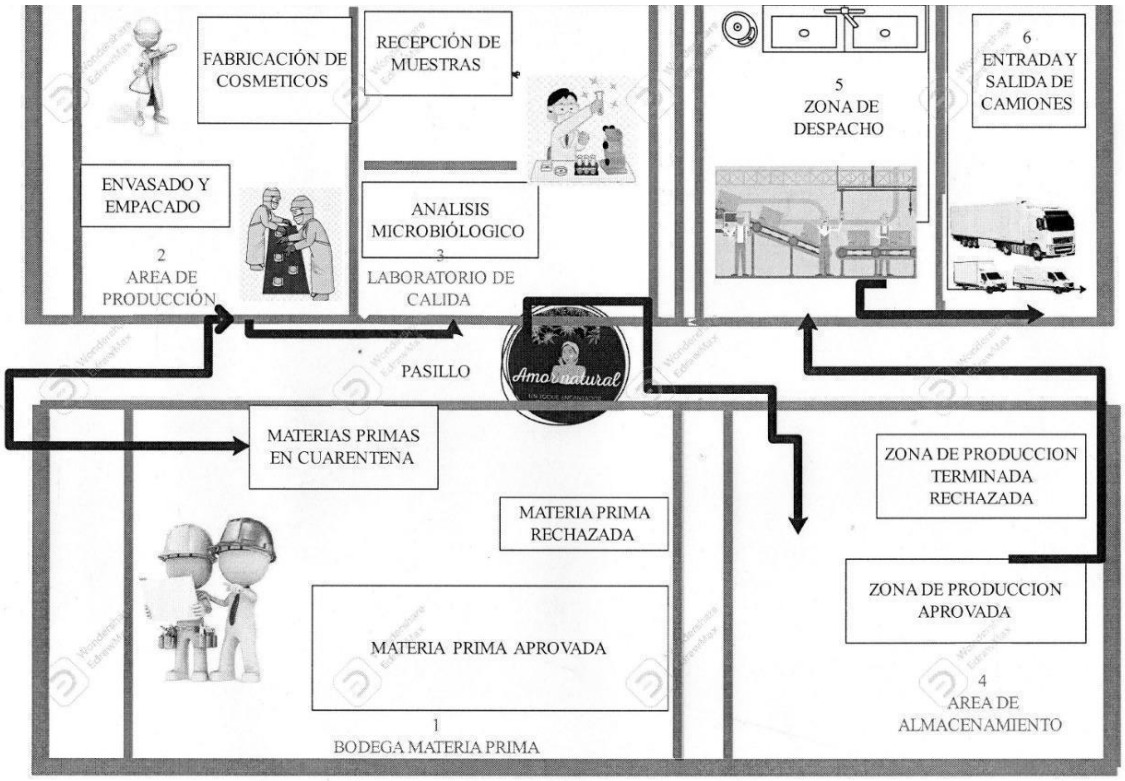
La mejor localización para el punto de venta de ***Amor Natural*** después de la evaluación previa se determina que es el Centro de la ciudad de Popayán, debido a que se encuentra ubicado un gran porcentaje de establecimientos de cosmetología sintética y por ende será

un punto visible para la cosmetología natura; mientras que la segunda opción al norte o entrada de la ciudad de Popayán es una zona poco comercial y transitada además de esto estaría alejada de la población objetivo.

2.3 DISTRIBUCIÓN GRÁFICA DEL NEGOCIO

MAPA DE DISTRIBUCIÓN DE LA FÁBRICA DE PRODUCCIÓN.

Grafica 24 Distribución grafica de la fábrica de producción



Fuente: Elaboración propia

La fábrica de producción va a estar distribuida de la siguiente manera:

Oficina de Q.F: En esta estará la persona (Ing. Bioquímico) responsable de brindar la información necesaria sobre la administración, uso, dosis, condiciones de almacenamiento entre otros, en esta misma área se encontrará la sala de junta en la cual se tomarán las decisiones más importantes para la empresa.

Gerencia: Será el encargado de la supervisión de todas las operaciones diarias de la fábrica de producción y asegurarse de que se sigan las normas establecidas y procedimientos adecuadamente.

Área de producción: En esta área se ocupan de la fabricación de los cosméticos a base de cannabis y del envasado y empacado del mismo, esta es la parte fundamental de la empresa debido a que es el primer eslabón en la cadena de producción.

Laboratorio de calidad: En este se analizarán los productos de diferentes lotes de producción que son escogidos al azar para ser analizados y verificar que son productos que cumplen con todas las especificaciones e indicaciones de calidad para salir al mercado.

Área de desechos: En esta área se hará una separación estricta de los desechos industriales según corresponda como lo es el papel, plástico, vidrios, metales todos los residuos que de alguna manera no pueden ser reutilizados como lo es servilletas, comida preparada, tapabocas, guantes, por otro lado los residuos orgánicos aprovechables como cáscaras de frutas entre otros y por último todo los empaques que tengan que ver con las sustancias tóxicas con los cuales se deberá tener estricto cuidado y separación de estos ya que estos se deberán entregar a los carros recolectores en días y horas establecidas.

Zona de despacho: desde esta área se harán la respectiva entrega a los minoristas que deseen ir directamente a la fábrica por los productos y también se realizará el cargue a los camiones que deban entregar a los minoristas en cada uno de los locales y hacer la distribución en el punto de ventana oficial de la empresa.

Entrada y salida de camiones: área donde se registrará la entrada de camiones tanto como con materias primas u otros elementos o los que ingresan a cargar mercancías y el registro de los mismos dependiendo si salen con productos para la distribución a minoristas o el punto de venta o ya que esto solo se realizará en carros previamente autorizados por la empresa o en el caso si sale vacío.

Vestidores: Esta será el área designada para que todo el personal de la planta al ingresar a turno se coloquen todos los implementos de bioseguridad necesarios para evitar algún tipo de contaminación o algún otro factor.

Cocina y comedor: Los trabajadores contarán con un área de cocina para que los trabajadores puedan tomar sus alimentos ya sea que los lleven o la empresa se los brindan, esta área también contará con máquinas dispensadoras de snack a los cuales podrán acceder en los tiempos y espacios fijados para la alimentación e hidratación.

Bodega de materias primas: Esta área se dividirá en tres eslabones los cuales estarán conformado las materias primas en cuarentena que por algún motivo se le tiene que hacer una revisión en el laboratorio de calidad u otro, materia prima rechazada son las que no cumplen con los estándares de calidad requeridos para pasar al área de producción, materia prima aprobada son las que se desplazan al área de producción para la fabricación de los cosméticos.

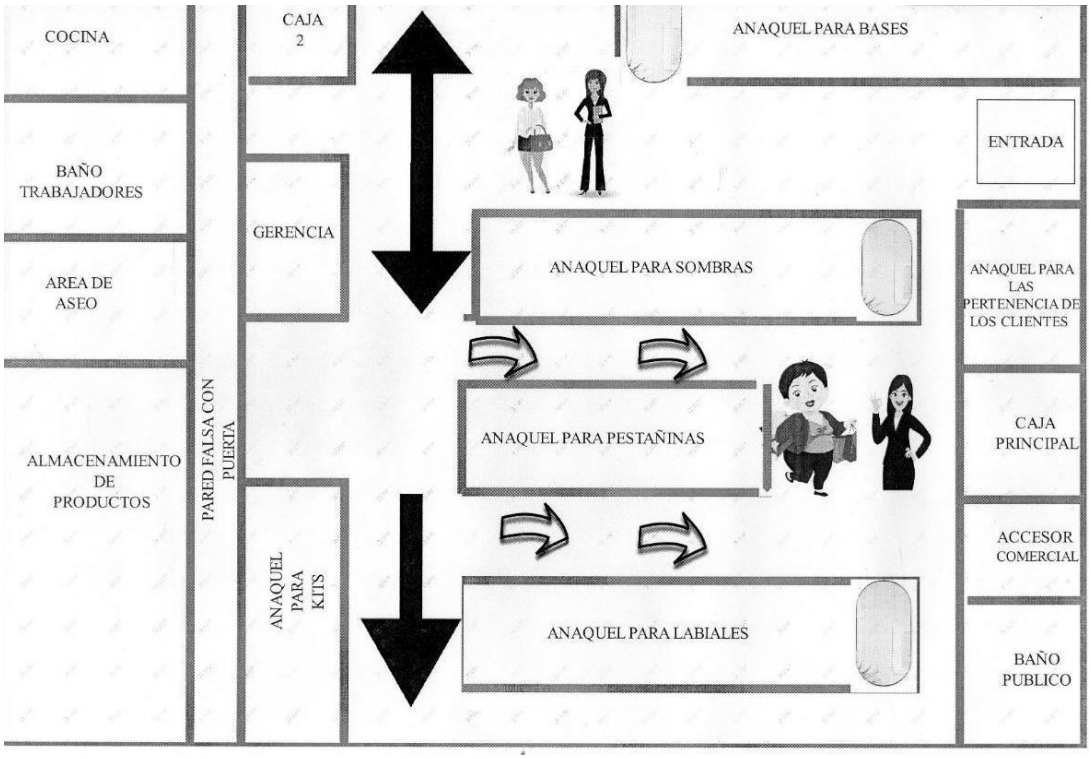
Almacenamiento de sustancias tóxicas: Esta área será de mucho cuidado ya que se encontrarán material químico e inflamable que deberá tener un manejo especial ya que donde esto no pase se puede dar una contaminación en las materias primas o también llamada contaminación cruzada o poner en riesgo toda la ´ fábrica de producción.

Área de almacenamiento: Está divido en dos secciones las cuales son el área de almacenamiento de producción rechazada ya sea por algún daño o imperfección en el envasado o empacado o por algún análisis del laboratorio de calidad que emita alguna alerta sobre determinado lote de producción, zona de producción aprobada son los lotes de producción que serán entregada a los minoristas y al punto de venta físico.

2.4. MAPA PUNTO DE VENTA DE *AMOR NATURAL*

El punto de venta se encontrará distribuido de la siguiente manera:

Grafica *25 Mapa punto de venta*



Fuente. Elaboración propia.

A la entrada del cliente tendrá que dirigirse al anaquel para guardar las pertenencias con las que ingresó como maletines, bolsas, entre otras las cuales serán guardadas en un Locker y se le hará entrega de una ficha con el número del mismo y un bolso para que pueda ir guardando los productos que desea llevar.

Anaquel para las pertenencias de los clientes: Esta área el cliente deberá guardar sus pertenencias como maletines, bolsas entre otras que no podrá ingresar al establecimiento

por seguridad del punto venta, en este se le entregará una ficha con la que las reclamara posteriormente y se le entregará una bolsa en tela de la marca para que pueda ir guardando los productos que desee adquirir.

Caja principal: Donde el cliente deberá realizar el respectivo pago de los productos que desee llevar en este punto podrá realizar sus pagos en efectivo o por medio de algún pago electrónico.

Asesor comercial: Este estará dispuesto a los clientes que tengan alguna duda sobre los productos del establecimiento o necesiten asesoría en los diferentes tonos entre otros.

Baño público: Será un lugar destinado para todos los clientes de ***Amor Natural.***

Anaquel de bases, sombras, pestañinas, labiales, kits: Se encontrarán las diferentes referencias de tonos de las de cosméticos a base de cannabis.

Caja 2: Caja alternativa para los clientes en este solo se podrán realizar pagos en efectivo.

Gerencia: Estará la persona encargada del punto de venta el cual deberá estar pendiente que se tenga disponibilidad de todas las referencias de cosméticos a base de cannabis, también estar dispuesto a atender a posibles minoristas que lleguen al punto de venta y solucionar si se llega a presentar algún inconveniente con los clientes.

Almacenamiento de productos: Se tendrá en boga disponibilidad de lotes de los productos que más están rotando dependiendo la temporada del año.

Área de aseo: será el curso de servicios generales donde se tendrá todo lo relacionado con la limpieza del punto de venta ya que todo el tiempo deberá estar en perfectas condiciones visuales para el cliente.

Baño trabajador: Baño exclusivo para los trabajadores el cual contará con todas las cosas necesarias para ellos.

Cocina: Área en la cual podrán tomar su hora de almuerzo.

2.5 ACTIVIDADES CLAVES – Ingeniería del proyecto

Las actividades claves son las acciones que deberá realizar ***Amor Natural para*** poder sobresalir en el mercado y conseguir las metas establecidas del negocio los cuales son vender al día un mínimo de ochenta y ocho productos.

2.5.1 ACTIVIDADES CLAVES DE LA FÁBRICA DE PRODUCCIÓN

Tabla 32 Actividades claves de la fábrica de producción.

ACTIVIDADES CLAVES DE LA FÁBRICA DE PRODUCCIÓN							
N°	**ACTIVIDAD**	**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD**	**PREDECESOR**	**PERSONAL**	**MATERIALES**	**TIEMPO**	**SUPUESTOS U OBSERVACIONES**
1	SELECCIÓN DE MATERIAS PRIMAS	SELECCIÓN DE MATERIAS PRIMAS POR IDÓNEAS EN CALIDAD PARA LA FABRICACIÓN DE COSMÉTICOS A BASE DE CANNABIS.	NO TIENE ANTECESORES	A,B	ALQUILER VEHÍCULO CONTENEDORES DE MATERIAS PRIMAS	1:30 HORA Y MEDIA	LA MATERIA PRIMA DEBE CUMPLIR CON LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS REQUERIDAS

2	FABRICACIÓN DE COSMÉTICOS	FABRICACIÓN DE LOS COSMÉTICOS A BASE DE CANNABIS	1	C	MATERIA PRIMA MÁQUINA DE ASISTENCIA DE EMPLEADOS, SISTEMA DE DETECCIÓN Y ALARMA CONTRA INCENDIOS, MÁQUINA PARA LLENADO DE LABIAL, MÁQUINA DE LLENADO DE BASES, MAQUINA CERRADORA DE TAPAS DE ALUMINIO Y PLÁSTICAS, ENVOLVEDORA DE CARTÓN, MÁQUINA AUTOMÁTICA VERTICAL	3 HORAS	PARA LA FABRICACIÓN ES IMPORTANTE REALIZAR UNA REVISIÓN AL REALIZAR LA PREPARACIÓN DEL COSMÉTICO, ES DECIR QUE SEAN LAS MATERIAS PRIMAS ADECUADAS, VERTERLAS AL TIEMPO JUSTO Y EL MEZCLADO CORRECTO DE ESTAS.

					PARA POLVO, IMPRESORA ZABRA, MESA ELEVADORA DE MOTOR, CINTA TRANSPORTADORA MOTORIZADA, TABLETAS PROGRAMADAS TAPA OIDOS LENTES GUANTES INDUSTRIALES BOTAS PUNTA DE ACERO GUANTES DE VINILO		
3	ENVASADO Y EMPACADO	ENVASADO DE LOS PRODUCTOS	2	D,E	FRASCOS (VIDRIO, PLÁSTICOS)	1 HORA	A LA HORA DE ENVASAR Y EMPACAR SE DEBE

		COSMETOLÓGICOS Y EMPACADOS CON ETIQUETAS DE LA MARCA			CAJAS PEQUEÑAS TARROS PEQUEÑOS. MÁQUINA TAPADORA IMPRESORA ZEBRA ETIQUETADORA AUTOMÁTICA PARA CONTENEDORES REDONDOS ETIQUETAS PUNTOS ECOLÓGICOS VINIPEL INDUSTRIAL		CERCIORAR DE QUE ESTOS SEAN LOS ADECUADOS DE ACUERDO A LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, PESO COLOR, TAMAÑO ETC.
4	MUESTRAS ALEATORIAS DE LA PRODUCCIÓN SALIENTE	SE ESCOGE AL AZAR PRODUCTOS DE LOS DIFERENTES LOTES Y SE ENVÍA AL LABORATORIO	3	F	PLACAS DE LABORATORIO MICROSCOPIO PIPETAS BATAS DE LABORATORIO	30MIN	SE ANALIZA EL PRODUCTO FINAL, DE ACUERDO A LAS OBSERVACIONES REALIZADAS, SI PASA O NO EL CONTROL DE CALIDAD.

		DE CALIDAD POR MEDIO DE ANÁLISIS MICROBIOLÓGICOS					
5	SELECCIÓN DE LOS LOTES DE PRODUCTOS QUE SALEN PARA LA ENTREGA INMEDIATA Y LOTES QUE SALEN A LA ÁREA DE	SE SELECCIONAN LOS DIFERENTES LOTES DE PRODUCTOS QUE SE ENTREGAN A LOS MINORISTAS, LOS QUE SALEN A LA TIENDA FÍSICA Y LOS QUE SALEN ALMACENAMIENTO	4	G,H	MESA ELEVADORA DE MOTOR CODIFICADOR DE LOTES CAJAS DE CARTON CORRUGADAS DE 40*40*40 CARTON CORRUGADAS DE 60*60*60 BOLSAS BIODEGRADABLES DE LA MARCA	1 HORA	AL REALIZAR LA SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LOS RESPECTIVOS LOTES DE FORMA ALEATORIA Y SI SE OBTIENE UNA ALTA A CANTIDAD DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS SE DEBERÁ REALIZAR UNA SEGUNDA PRUEBA

	ALMACENAMIENTO						
6	DESPACHO DE LOS DIFERENTES PEDIDOS	SELECCIÓN DE LOS PEDIDOS REALIZADOS POR LOS MINORISTAS Y DESPACHO DE ESTOS	5	I	COMPUTADORA IMPRESORA TELÉFONO	2 HORAS	
	TOTAL			9 PERSONAS		9HRS.	

Fuente: Elaboración propia

De la anterior tabla presentada se puede concluir que para la producción de los cosméticos a base de cannabis se inicia con el adecuamiento del lugar, en otras palabras la limpieza del lugar, pintura distribución de espacios, seguido de esto, es importante decir que se cuenta con 5 actividades principales las cuales son la selección de materias primas de calidad, fabricación, es la que necesita de

más tiempo por el nivel de cuidado que precisa, envasado y sellado, es la actividad que más materiales requiere, como máquinas para envasar, sellar y poner etiquetas, cajas, frascos de diferentes dimensiones etc., muestras aleatorias para constatar la calidad del producto y por último la selección de lotes que van al área de almacenamiento y los que van al punto de venta para su comercialización, para este proceso se emplea a 1 persona que hace la adecuación del sitio y 8 personas que se encargan de la transformación y entrega del producto terminado, disponiendo de 8 horas al día

2.5.2 ACTIVIDADES CLAVES DEL PUNTO DE VENTA

Tabla 33 Actividades claves para el punto de venta.

ACTIVIDADES CLAVES PUENTO DE VENTA							
N°	**ACTIVIDAD**	**DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD**	**PREDECESOR**	**PERSONAL**	**MATERIALES**	**TIEMPO**	**SUPUESTOS U OBSERVACIONES**
1	BIENVENIDA E IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES	EL CLIENTE LLEGARA AL LOCAL Y EL ASESOR COMERCIAL LO ATENDERÁ DE FORMA FORMAL	NO TIENEN PREDECESOR POR SER LA PRIMERA ACTIVIDAD	A	UNIFORME, TARJETAS DE PRESENTACIÓN, TELEVISOR, ANAQUELES, LETRERO EN VINILO, ALFOMBRA DE BIENVENIDA, MURAL DECORATIVO.	5 MIN,	LA PERSONA ENCARGADA DE RECIBIR AL CLIENTE, DEBE SER EMPÁTICA, AMABLE Y ATENTA PARA AYUDAR AL CLIENTE A CUMPLIR CON SU NECESIDAD.

2	SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE DESEA LLEVAR EL CLIENTE	DE ACUERDO A LAS NECESIDADES REQUERIDAS.	1	A	INVENTARIO DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS BROCHURE MUESTRAS PARA TONO ESPEJOS MUEBLES LUCES LED	10MIN	ESCUCHAR CON ATENCIÓN LO QUE BUSCA EL CLIENTE Y ENSEÑAR LOS PRODUCTOS QUE TAL VEZ PUEDAN CUMPLIR CON SUS EXPECTATIVAS PARA HACER EFECTIVA LA COMPRA.

3	PAGO DE LOS PRODUCTOS Y ENTREGA DE ESTOS.	SE DIRIGE A LA CAJA PAGA POR EL PRODUCTO SELECCIONADO, LA PERSONA QUE LO ATIENDE LO EMPACA Y LO ENTREGA AL CLIENTE.	1,2	B	CAJA REGISTRADORA EMPAQUE PARA EL PRODUCTO TELÉFONO CIRCUITO DE CÁMARAS CÁMARA FOTOGRÁFICA COMPUTADOR BOLSAS DE TELA	5MIN	REALIZAR UN COBRO CORRECTO Y JUSTO POR EL PRODUCTO VENDIDO. Y REALIZAR UNA CORRECTA DESPEDIDA.
	TOTAL			2		20 MIN	

Fuente: Elaboración propia.

En base a la tabla anterior se concluye que para la venta de los productos, existen 3 actividades principales para el negocio el cual se cuenta con una decoración agradable y alusiva con buena iluminación, higiene, pantallas en estas actividades inician con la atención correspondiente que debe tener el asesor hacia los clientes, es decir, escuchar al cliente para cumplir con la necesidad que tiene, y de ese modo darle paso a la siguiente actividad, donde por medio de un brochure se enseña de manera detallada los productos disponibles en cuanto a características físicas y , beneficios que se ofrecen en cada uno de ellos, donde el cliente se decide, utilizando ayudas como las muestras de tonos y espejos de ese modo el cliente opta por el producto que desea llevar, y finaliza con el pago en la caja donde el encargado hace efectiva la compra y entrega del producto en su respectivo empaque.

2.6. RECURSOS CLAVES

Los recursos claves, son aquellos recursos físicos que el negocio Amor ***natural*** necesita para poder operar tanto para la fabricación del producto como para la venta del mismo, es decir recursos físicos, físicos de inversión fija, humanos y financieros, estos se pueden adquirir bien sea por arrendamientos o con recursos propios. A continuación, se presentan los recursos claves para la producción de cosméticos a base de cannabis.

2.6.1. RECURSOS CLAVES PARA PRODUCCIÓN

Los recursos claves físicos del negocio, son los bienes tangibles que posee la empresa, para cumplir con las actividades de fabricación de los cosméticos, es decir, el lugar, la materia prima, contenedores, maquinaria, implementos de laboratorio y equipos electrónicos.

2.6.2. FÍSICOS DE INVERSIÓN FIJA

Los recursos de inversión fija son aquellos bienes que son estables dentro del negocio por decirlo así, son necesarios para cumplir con la transformación de la materia prima y

actividades posteriores de envasado, empaquetado, sellado, y colocación de etiquetas , sacar muestras y entrega del producto terminado, para cumplir con estas funciones se realiza la inversión fija en recursos físicos, que en este caso estaría todo lo que tiene que ver con contenedores para la materia prima, máquina de llenado, máquina de sellar, máquina de etiquetas, Frascos (vidrio, plásticos), para muestras, Placas de laboratorio Microscopio goteros, reveladores, un computador para la administración y manejo de inventarios, Impresora y un Teléfono, que apoyen el área de administrativa.

Tabla 34 físicos de inversión fija

RECURSOS CLAVES PARA LA FABRICACION DE COSMETICOS A BASE DE CANNABIS

ÍTEM	ESPECIFICACIONES (FÍSICAS – TÉCNICAS)	CANTIDAD 1	PRECIO UNITARIO 2	VIDA ÚTIL (ANUAL) 3	DEPRECIACIÓN 4 = 2/3	COSTO TOTAL 5 = 1*2
SISTEMA DE DETECCIÓN Y ALARMA CONTRA INCENDIOS	CONTIENE EL KIT DE ALARMA DSC: 8 SENSORES DE MOVIMIENTO 3 MAGNÉTICOS LIVIANOS 1 CAJA METÁLICA 30X30 1 SIRENA DE 30W 1 BATERÍA DE 12 V 7AMP 1 TRANSFORMADOR 120V A 16.5V, 1 PANEL DE 8 ZONAS A 32 ZONAS PC1832 1 TECLADO LCD PK5501 1 BOTÓN DE PÁNICO	1	$1.450.000	5 AÑOS	$ 290.000	$1.450.000

	1 COMUNICADOR GSM LLAMADA					
COMPUTADORES	COMPUTADOR ALL IN ONE ASUS VIVO 23.8" PULGADAS V241EAK - INTEL CORE I3 - RAM 16GB - DISCO SSD 512 GB PANTALLA NANOEDGE, VISUALIZACIÓN DE BORDE A BORDE, RESOLUCIÓN FULL HD CON LA TECNOLOGÍA DE VIDEO TRU2LIFE, SONIDO DE ALTA FIDELIDAD Y OPTIMIZADO POR EXPERTOS, RENDIMIENTO PARA LAS TAREAS COTIDIANAS.	3	$2.890.000	5 AÑOS	$ 578.000	$ 8.670.000
IMPRESORA	IMPRESORA A COLOR MULTIFUNCIÓN EPSON ECOTANK L3110 NEGRA 110V	1	$879.000	5 AÑOS	$ 175.800	$ 879.000
MÁQUINA PARA LLENADO DE LABIAL	TIPO: MÁQUINA DE LLENADO APLICABLE A LAS INDUSTRIAS COSMÉTICA:COLOR CALIFICACIÓN AUTOMÁTICA:SEMIAUTOMÁTICA VOLTAJE:AC220V	1	$ 10.539.770	5 AÑOS	2.107.954	10.539.770

	LA COTA(L*W*H):1650X800X1700(MM) PESO:450KG. GARANTÍA: 1 AÑO MATERIAL DE RELLENO:AGUA, ACEITE, CREMA COSMÉTICA LA PRECISIÓN DE LLENADO:±0,02 ML COMPONENTES PRINCIPALES: MOTOR, EL RECIPIENTE A PRESIÓN, LA BOMBA, PLC, MARCHAS, CAJA DE VELOCIDADES, EL MOTOR PRODUCTO: 40-60 PCS/MIN. MATERIAL:316L DE ACERO INOXIDABLE+304 VOLUMEN DE RELLENO:1-30ML USO:SEMI AUTO LAS VENTAJAS:FÁCIL LIMPIAR LA VÁLVULA DE LLENADO:SERVOMOTOR.					

MÁQUINA DE LLENADO PARA BASES	PRODUCCIÓN: 60 PIEZAS P/MIN. VOLUMEN DE LLENADO:HASTA 1000 ML. ENVASES RÍGIDOS:0 X 30 X 100 MM / 70 X 100 X 270 MM. TAPAS:Ø 15 X 20-30 MM / Ø 80 X 20-60 MM. TIPOS DE TAPA:ROSCA, A PRESIÓN, BOMBA SPRAY CON TUBO PESCANTE. CAMBIO DE FORMATOS: SISTEMA AUTOMÁTICO FULL SERVO ASISTIDO (OPCIONAL). CIP (CLEAN IN PLACE): SISTEMA DE LIMPIEZA AUTOMÁTICA DEL MÓDULO DE LLENADO (OPCIONAL). TECNOLOGÍA DE LLENADO:BOMBAS ROTATIVAS O CAUDALÍMETROS MÁSICOS.	1	$ 12.567.980	5 AÑOS	2.513.596	12.567.980

MAQUINA CERRADORA DE TAPAS DE ALUMINIO, PLÁSTICO	DIÁMETRO DEL TARRO 20M DIÁMETRO MÁXIMO DEL TARRO 113MM DOBLE BOTÓN DE ACCIONAMIENTO ALTURA DEL TARRO O BOTELLA DE 0 A 320MM PESO 15KG	1	$16.073.578	5 AÑOS	$ 3,214.725	$16.073.578
ENVOLVEDORA PARA CAJAS DE CARTÓN	PESO MÁXIMO DEL PAQUETE: 80 KG (176 LB) ALTURA DE LA ENVOLTURA: 19 «A 28» (482 MM A 711 MM) POTENCIA: CA 110V 50-60HZ 0.5KW VELOCIDAD DE PLACA DE GIRO: 0-30 RPM PESO: 574 LIBRAS DIMENSIONES DE LA MÁQUINA: H: 88 «X L: 63» X W: 20 « COMPRESOR DE AIRE NO INCLUIDO MIN. REQ. COMPRESOR DE AIRE: 25 GALONES	1	$1.040.000	5 AÑOS	$ 208.000	1.040.000

IMPRESORA ZEBRA	IMPRESORA ZEBRA ZT230 USB SERIAL, TRANSFERENCIA TÉRMICA ZEBRA ZT230 IMPRESORA DE ETIQUETAS INDUSTRIAL OFRECE UNA MAGNÍFICA RESPUESTA A LA INDUSTRIA CON LA IMPRESORA DE ETIQUETAS ZEBRA ZT230, SEGMENTO INDUSTRIAL, INCORPORA SISTEMA TÉRMICO DIRECTO (CON RETRANSFERENCIA TÉRMICA OPCIONAL). CON UNA RESOLUCIÓN DE HASTA 203 PPP Y 300 PPP. SE PROYECTA COMO UNA DE LAS MEJORES DEL MERCADO DE IMPRESIÓN DE ETIQUETAS, LA ZEBRA ZT230, ADEMÁS BRINDA UN ANCHO DE HASTA 10,4 CM PARA EL ÁREA DE IMPRESIÓN TOTAL. SU CAPACIDAD DE IMPRESIÓN ESTÁ POR ENCIMA DE 15.4 CM POR SEGUNDO DEPENDIENDO DE LA RESOLUCIÓN.	2	$4.165.900	5 AÑOS	$ 833.180	$ 8.331.800
MÁQUINAS AUTOMÁTICAS VERTICALES PARA POLVO	MODELO: SF-1150 DIMENSIÓN DE LA BOLSA L 200-800MM W 200-550 MM VELOCIDAD DE EMBALAJE 5-10 BPM RANGO DE PESAJE 5000-15000 ML (HASTA 15KG) MATERIAL DE PELICULA OPP/CPP,	1	$ 10.589.091	5 AÑOS	$ 529.454	$ 10.589.091

	OPP/PE, PET/PE,PE CONSUMO DE AIRE 0.75MPA M3 /MIN POTENCIA Y VOLTAJE 110/220/380V, 50-60HZ, 3.5KW					
MESA ELEVADORA / ELEVADORA DE TIJERA CON MOTOR HIDRÁULICO	EL ELEVADOR DE TIJERAS ES UN ELEVADOR QUE ESTÁ CONSTITUIDO POR UNA ESTRUCTURA METÁLICA Y UN CIRCUITO HIDRÁULICO IMPULSADO POR UN MOTOR ELÉCTRICO, SE DIFERENCIA DE LOS DOS ELEVADORES ANTERIORES PRINCIPALMENTE EN QUE LA FORMA DE ELEVACIÓN ES DIFERENTE.	1	$4.285.00	5 AÑOS	$ 857.000	$4.285.000

CINTA TRANSPORTADORA MOTORIZADA	LOS TRANSPORTADORES DE RODILLOS MOTORIZADOS 'LISTOS PARA ENVIAR' DE ULTIMATE TIENEN ZONAS INDIVIDUALES ALIMENTADAS POR RODILLOS TRANSPORTADORES MOTORIZADOS DE 24 VCC. LOS MDR PERMITEN QUE EL PRODUCTO SE MUEVA A LO LARGO DEL TRANSPORTADOR UNA ZONA A LA VEZ. LOS TRANSPORTADORES ESTÁN PRE-EQUIPADOS CON SENSORES FOTOELÉCTRICOS PARA INICIAR Y DETENER EL TRANSPORTADOR AUTOMÁTICAMENTE..	3	$ 9.832.462	5 AÑOS	$ 491.623	$ 29.497.386
TELÉFONO	CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA TELEFÓNICO: CONSOLA DE RECEPCIÓN, BUZÓN DE VOZ,	1	$ 60.000	5 AÑOS	$ 12.000	$ 60.000

	GRABACIÓN DE LLAMADAS, IVR (RESPUESTA DE VOS INTERACTIVA, DIRECTORIO DE CONTACTOS, COLAS ACD, MÚSICA EN ESPERA					
PLACAS DE LABORATORIO	CAJA O PLACA DE PETRI EN VIDRIO DE 100 X 15 MM	20 X CAJA	$ 210.000	5 AÑOS	$ 10.500	$ 210.000
MICROSCOPIO	TIPO: MICROSCOPIO COMPUESTO BINOCULAR BIOLÓGICO DIGITAL RANGO DE AUMENTO: 40X-100X-250X-400X-1000X-2500X CABEZAL: BINOCULAR USO: PROFESIONALES NÚMERO DE OBJETIVOS: 4 TIPO DE OBJETIVO: DIN 4X,10X,40X(S),100X(S,OIL) TIPO DE ZOOM: DIGITAL CON PUERTO USB: SÍ ANCHO X PROFUNDIDAD X ALTURA: 7.09 PULGADAS X 9.06 PULGADAS X 12.99 PULGADAS	2	$ 2.457.900	5 AÑOS	$ 122.895	$ 4.915.800

PUNTOS ECOLÓGICOS	PUNTO ECOLÓGICO ES UNA ESTRUCTURA METÁLICA QUE CONTIENE DIFERENTES CANECAS CLASIFICADAS POR COLORES. CADA COLOR INDICA QUÉ TIPO DE BASURA SE DEBE DEPOSITAR .	3	$ 269.900	5 AÑOS	$13.495	$809.700
TOTAL			$77.310.581			$109.919.105

Fuente. Elaboración propia

se puede analizar que los recursos claves para la fabricación de cosméticos a base de cannabis el recurso de mayor gasto serán las cintas transportadoras motorizadas

ya que estas deberán conectar desde el área de fabricación hasta el área de despacho de los diferentes lotes de producción.

2.6.3 RECURSOS CLAVES PARA VENTA

Los recursos claves físicos del negocio, son los bienes tangibles que posee la empresa, para la comercialización o venta de los productos cosméticos a base de cannabis, es decir, el lugar con su respectiva decoración, estantería, variedad de los productos, equipos electrónicos, empaques personalizados.

2.6.4. FÍSICOS DE INVERSIÓN FIJA

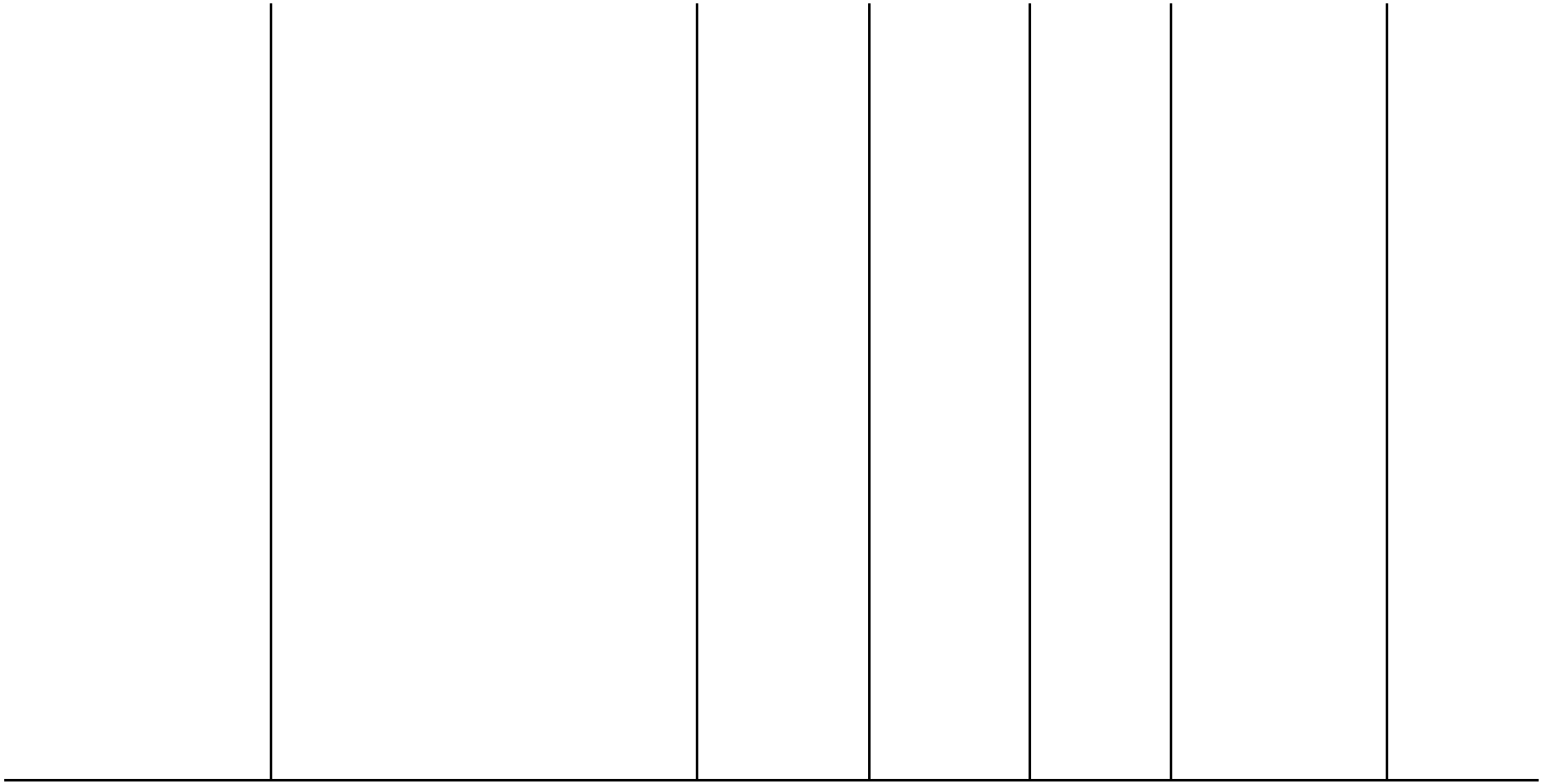
Los recursos de inversión fija son aquellos bienes que de alguna manera no rotan, por lo tanto, son necesarios en el lugar donde se comercializan los productos, por ejemplo, los estantes para la exhibición de los productos, brochure, cámaras para la vigilancia, cámaras fotográficas, luces que ayuden con la iluminación del lugar, muebles, espejos decorativos, cajas registradoras, datafono.

Tabla 35 recursos claves para el punto físico

RECURSOS CLAVES PARA EL PUNTO FÍSICO DE *AMOR NATURAL*

ÍTEM	ESPECIFICACIONES (FÍSICAS – TÉCNICAS)	CANTIDAD 1	PRECIO UNITARIO 2	VIDA ÚTIL (ANUAL) 3	DEPRECIACIÓN 4 = 2/3	COSTO TOTAL 5 = 1*2

CAJA REGISTRADORA	ECR 100 CONECTIVIDAD: -PUERTO PS2 PARA CONEXIÓN A LECTOR DE CÓDIGOS DE BARRAS. -PUERTO COM-RS232 PARA CONEXIÓN A PC O A IMPRESORA EXTERNA -PUERTO RJ11 PARA CAJÓN MONEDERO, INCLUIDO. CAJÓN MONEDERO (4 COMPARTIMIENTOS PARA BILLETES, 4 PARA MONEDAS Y UNA BANDEJA EXTRAÍBLE PARA RECIBOS O MAS BILLETES) REPORTES DE VENTAS (PARCIAL O X Y TOTAL O Z) INFORMES DE VENTAS PERIÓDICOS DISCRIMINA 3 FORMAS DE PAGO. 8 CAJEROS PROGRAMABLES CON NOMBRE Y CÓDIGO. IMPRESOR TÉRMICO DE 57 MM. PAPEL TÉRMICO ECONÓMICO Y FÁCIL DE CONSEGUIR. 4 TASAS DE IMPUESTOS (IVA	1	$980.000	5 AÑOS	$ 196.000	$ 980.000



COMPUTADOR	COMPUTADOR ALL IN ONE ASUS VIVO 23.8" PULGADAS V241EAK - INTEL CORE I3 - RAM 16GB - DISCO SSD 512 GB PANTALLA NANOEDGE, VISUALIZACIÓN DE BORDE A BORDE, RESOLUCIÓN FULL HD CON LA TECNOLOGÍA DE VIDEO TRU2LIFE, SONIDO DE ALTA FIDELIDAD Y OPTIMIZADO POR EXPERTOS, RENDIMIENTO PARA LAS TAREAS COTIDIANA**S**	3	$2.890.000	5 AÑOS	$ 578.000	$ 8.670.000
CIRCUITO DE CÁMARAS	VTA • SISTEMA DE VIDEO SEGURIDAD DE 8 CÁMARAS FULL HD 1080P (2.0 MP) • HIBRIDO 4 EN 1, COMPATIBLE PARA CÁMARAS TVI, AHD, CVI, CVBS. • DISCO DURO DE 1 TB PREINSTALADO. • SISTEMA DE COMPRESIÓN VIDEO H.265. AUDIO G.711A • GRABACIÓN 8CH HD 1080P.	1	$1.839.000	5 AÑOS	$367.000	$1.839.000

	• VISUALIZACIÓN REMOTA COMPATIBLE CON SISTEMAS MÓVILES IOS Y ANDROID • INCLUYE: 8 CÁMARAS FULL HD TVI 1080P. TIPO BALA METÁLICAS PARA EXTERIOR. • VISUALICE DESDE CUALQUIER LUGAR POR DISPOSITIVOS MÓVILES A TRAVÉS DE UNA CONEXIÓN P2P O DIRECCIÓN IP FIJA. • PERMITE CONEXIÓN DE VARIOS USUARIOS A LA VEZ (EL NÚMERO DE USUARIOS VARÍA DE ACUERDO AL ANCHO DE BANDA DEL CANAL DE INTERNET). • VISUALIZACIÓN DE ALTA DEFINICIÓN: SALIDA HDMI 1080P FULL HD. • PUERTO SATA COMPATIBLE CON DISCOS DUROS DE HASTA 8 TB.					
LUCES LED	CINTA LED RGB, ROLLO POR 15 METROS, INCLUYE CONTROLADOR DE COLORES,	2	$114.000	3 AÑOS	38.000	$ 228.000

	CONTROL REMOTO Y FUENTE DE PODER.					
MUEBLES	PUFF GRIS CUADRADO SÍDNEY ESTRUCTURA EN MADERA FORRO EXTERIOR TELA IMPORTADA PATAS EN MADERA SECA E INMUNIZADA MEDIDAS: LARGO: 30CM ANCHO: 30 CM ALTO: 28CM	3	$69.000	5 AÑOS	$ 13.800	$203.000
ALFOMBRA DE BIENVENIDA PERSONALIZADA	ALFOMBRA PERSONALIZADA CON LA MARCA MEDIDAS: LARGO 50CM ANCHO:50 CM	1	$55.000	5 AÑOS	$ 11.000	$55.000
ANAQUELES	MARCA: JGM TIPO DE GÓNDOLA: DE PARED CANTIDAD DE ESTANTES: 3 ALTURA X ANCHO X PROFUNDIDAD: 2 M X 3 M X 30 CM	5	$720.000	5 AÑOS	$144.000	$ 3.600.000

	PESO MÁXIMO SOPORTADO: 50 KG MATERIAL: ACERO					
ESPEJOS	ESPEJO DECORATIVO OVALADO LARGO ANCHO: 80CM ALTO: 40 CM FORMA: ONDULADA	3	$130.000	5 AÑOS	$ 26.000	$390.000
MURAL DECORATIVO	MURAL LED DECORATIVO CON EL LOGO Y SLOGAN DE LA MARCA LARGO: 90CM ANCHO: 70CM MATERIALES: ACUARELAS PARA MURAL Y SELLANTES	1	$ 250.000	5 AÑOS	$50.000	$ 250.000
TELÉFONO	CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA TELEFÓNICO: CONSOLA DE RECEPCIÓN, BUZÓN DE VOZ, GRABACIÓN DE LLAMADAS, IVR (RESPUESTA DE VOZ INTERACTIVA, DIRECTORIO DE CONTACTOS, COLAS ACD, MÚSICA EN ESPERA	1	60.000	5 AÑOS	12.000	60.000

TOTAL	$7.107.000			$16.275.000

Fuente. Elaboración propia.

De la anterior tabla de puede analizar que uno del mayor gasto que se tendrían en el punto de venta seria en los computadores y en el sistema de seguridad del local ya que son computadores de alta tecnología al igual que las cámaras de seguridad.

2.6.5 **Recursos de inversión flexible**

Los recursos de inversión flexible, es aquella inversión que se realiza en materiales complementarios que los trabajadores requieren para realizar las actividades de manera segura y ordenada.

Tabla 36 recursos inversión flexible

ÍTEM O ELEMENTO	CANTIDAD 1	UNIDAD (MEDIDA) 2	PRECIO (UNITARIO) 3	COSTO TOTAL (ANUAL) 4=3*1
Tapa oídos	200	Caja por 50 unidades	$580	$116.000
Lentes	50	Caja por 50 unidades	$5.225	$ 261.250
Guantes industriales	100	Caja por 100 unidades	$3.653	$ 365.200
Guantes de vinilo	100	Caja por 100 unidades	$290	$29.000
Botas punta de acero	9	9 pares	$ 69.900	$629.100
Batas de laboratorio	4	4 unidades	$27.900	$111.600
Etiquetas	1000	Paquetes por 1000 mil unidades	$152	$152.000
cajas de cartón corrugadas de 40*40*40	1000	Paquetes por 1000 mil unidades	$ 4.268	$4.268.000
cajas de cartón corrugadas de 60*60*60	1000	Paquetes por 1000 mil unidades	$ 9.524	$9.524.00

bolsas biodegradables de la marca	1000	Paquetes por 1000 mil unidades	$ 229	$ 229.00
bolsas de tela para el punto de venta	50	Paquetes por 1000 mil unidades	$7.550	$377.500
puntos ecológicos	3	3 puntos completos de 4 puestos	$319.800	$ 959.400
Vinipel industrial	100	100 rollos por 50 M cada uno	$51.000	5.100.00
Pipetas	500	X 500 unidades por caja	210	105.000
Extractos de Cannabis	1000	30 ml	60,000	60,000,000
Miristato de Isopropilo	10	1 galones	37,000	370,000
Aceite floral	10	X 4 unidades	67,000	670,000
Aglomerantes para Pestañita(onza)	1000	Oz	7,580	7,580,000

Envases de vidrio cilíndrico	5000	X 90 unidades	1,000	5,000,000
Tubo para rímel	4000	0.3fl 0z	800	3,200,000
Espejos para sombras	3000	Unidad	1,000	3,000,000
Empaque de labial	5000	X 30 unidades	1,600	8,000,000
Paleta vacía para sombras	3000	Unidad	2,400	7,200,000
Escobas	10	Unidad	8,000	80,000
Trapeadores	10	Unidad	12,000	120,000
Detergentes	3	2800 gr	30,000	90,000
Desinfectantes	10	3700 ml	58,000	580,000
Canecas	5	Unidad	15,000	75,000
Bolsas industriales	1000	2000	1,100	1,100,000
Pipetas	1000	X 10 unidades	580	580,000
TOTAL				163,404,000

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a la tabla presentada anteriormente se puede observar que en los recursos de inversión flexible el gasto más elevado que se va a tener, es en la materia prima principal para la producción de los cosméticos, los cuales son los extractos de cannabis por un valor de 60.000.000, pigmentos, con un precio de 29.600.000 y las paletas vacias para sombras con un precio de 7.200.000 debido al uso constante que se les da, el costo total de los elementos de bioseguridad y demás materiales complementarios a la actividad es de 163.404.000, además se tiene en cuenta que las compras de estos materiales se hacen por cantidades, todo con el fin de minimizar costos.

2.6.6 Recurso Humano Operativo Producción

Los recursos humanos de operación en la producción son los recursos humanos que se encontraran en las diferentes áreas de la fábrica de producción de Amor Natural en los cuales están los administrativos y operarios.

Tabla 37 recursos operativos producción

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	CANTIDAD 1	SALARIO (MENSUAL) 2	SALARIO (ANUAL) 3=2*12 MESES	COSTO TOTAL (ANUAL) 4=1*3
A, B **Seleccionadores de materia prima**	Selección de adecuada de materias primas	**Profesión:** no aplica **Genero:** Mujer o hombre **Edad:** 23 – 28 **Nivel de experiencia:** 6 meses a 1 año	2	$ 800.000	$ 9,600.000	$ 19,200.000
C	Fabricación de cosméticos	**profesión:** cosmetólogo **Genero:** Mujer o hombre	1	$ 1.000.000	$ 12.000.000	$ 12.000.000

fabricación de cosméticos		**Edad:** 23 – 35 **Nivel de experiencia:** 1 a 2 años en el sector cosmetológico				
D, E Envasado y empacado	Envasado y empacado de los diferentes lotes de producción de bases, pestañinas, sombras y labiales	**Profesión:** ingeniero bioquímico **Género:** Mujer o hombre **Edad:** 23 – 35 **Nivel de experiencia:** 1 a 2 años en el sector cosmetológico	2	$ 900.000	$ 10.800.000	$ 21.600.000
F laboratorio de calidad	Realización de muestras de calidad a los diferentes lotes de producción	**profesión:** ingeniero Bioquímico **Genero:** Mujer o hombre **Edad:** 23 – 35 **Nivel de experiencia:** 1 a 2 años en el sector cosmetológico	1	$ 1.600.000	19.200.000	19.200.000
G jefe de planta	Coordinar todas las actividades relacionadas con el proceso productivo: fabricación, calidad, mantenimiento, logística y compras	**profesión:** ingeniero bioquímico **Genero:** Mujer o hombre **Edad:** 23 – 35 **Nivel de experiencia:** 1 a 2 años en el sector cosmetológico	1	$ 1.000.000	$ 12.000.000	$ 12.000.000

TOTAL	7	$ 5.300.000	$ 63.600.000	$ 84.000.000

Fuente. Elaboración propia

En cuanto al pago de nómina al personal que realiza las actividades de producción, siendo un total de 7 personas, desde el que selecciona la materia prima hasta los encargados de almacenar y distribuir el producto terminado, al año se paga 84.000.000 por procesos productivos, se tiene en cuenta que la persona que esta encargada del laboratorio de calidad de los cosméticos es la que tiene un salario más alto a diferencia de lo demás trabajadores de la fábrica.

2.6.7 Recurso Humano Operativo del punto Venta

Tabla 38 recursos humanos operativos del punto venta

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	CANTIDAD 1	SALARIO (MENSUAL) 2	SALARIO (ANUAL) 3=2*12 MESES	COSTO TOTAL (ANUAL) 4=1*3
A: Asesor	Recibir formalmente al cliente Presentar el brochure Presentar muestras para prueba	**Profesión:** Asesor comercial con conocimiento en cosmetología **Género:** Mujer **Edad:** 20 – 35 **Nivel de experiencia**: 1 año	2	$800.000	$9.600.000	$19.200.000

B: Cajera	Recibir el pago Despedir formalmente el cliente Informes de caja	**Profesión:** Gestor financiero y atención al cliente **Género:** Mujer **Edad:** 21 – 35 **Nivel de experiencia:** 1 año	1	800.000	$9.600.000	$9.600.000
C: Encargado del área de aseo	tener todo el establecimiento comercial limpio y organizado	**Profesión:** Min. bachillerato **Género:** Mujer **Edad:** 21 – 40 **Nivel de experiencia**: 1 año	3	$500.000	$6.000.000	$18.000.000
D: vigilante		**Profesión:** vigilante de seguridad y manejo en armas certificado. **Género:** Hombre Edad: 25-40 años **Nivel de experiencia:** 3 año	2	$ 600.000	$7.200.000	$14.400.000
TOTAL			8	$2.700.000	$32.400.000	$61.200.000

Fuente. Elaboración propia

Se determina que el pago de nómina a las personas encargadas de la atención y recaudación del pago de los productos del punto de venta de ***Amor natural*** tendrá un gasto en la

nómina mensual del punto de venta de $ 2.700.000 y por año se tendrá un gasto en nómina de este punto de $ 61.200.000.

2.7. **OTROS RECURSOS OPERATIVOS**

2.7.1. OTROS RECURSOS OPERATIVOS FABRICA DE PRODUCCION

Los otros recursos operativos de la fábrica de producción de ***Amor Natural*** son los gastos de los servicios que se utilizan para la producción como lo son:

los cánones de arrendamiento, servicios públicos, internet.

Tabla 39 Otros recursos operativos fábrica de producción

ÍTEM O ELEMENTO	CANTIDAD (MENSUAL)	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL (ANUAL)
Arrendamiento	12	$ 2.000.000	$ 24.000.000
Servicios Públicos	12	$ 626038	$ 7.512.456
Triple Play (internet, servicio de cable y teléfono)	12	$ 100.000	$ 1.200.000
Adecuación inicial	1	10.000.000	10,000,000
Adecuaciones e instalaciones	12	500,000	6.000.000
Mantenimiento de las maquinarias	1	2.000.000	2.000.000
TOTAL		$14.741.000	**$ 50.712.456**

Fuente: Elaboración propia.

se puede analizar que se en otros recursos operativos de la fábrica de producción de ***Amor Natural*** se tendrán gastos previstos mensuales de $14.741.000 pero en este se deberá tener en cuenta que se tendrán en el primer mes adecuaciones en la planta de producción para la cual se tiene previsto un presupuesto de $ 10.000.000 de pesos; por consiguiente se tienen los costos anuales de éstos recursos los cuales se tienen un presupuesto de gasto al rededor de $ 27.972.000

2.7.2. CUADRO ALTERNO "Servicios Públicos" FÁBRICA DE OPERACIÓN

Tabla 40 servicios públicos

ÍTEM	CANTIDAD (MENSUAL)	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	COSTO (MENSUAL)
Agua	6	m3	$ 13.453	$ 80.718
Energía	30	Kw	$ 14.544	$ 436.320
Triple Play (internet, servicio de cable y teléfono)	1	Paquete empresarial	$109.000	$ 109.000
TOTAL			$136.997	$ 626.038

Fuente. Elaboración propia

Se determina que en la fábrica de producción en cuanto a servicios públicos en el que más se va a tener gastos va a ser en el servicio de energía debido a que se contará un amplio número de maquinarias y equipos; en total al mes en servicios públicos se tendrá en la fábrica de producción un gasto total de $ 626.038

2.7.3. OTROS RECURSOS OPERATIVOS PUNTO DE VENTA DE *Amor Natural*

Tabla 41 otros recursos operativos punto de venta

ÍTEM	CANTIDAD (MENSUAL)	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL (ANUAL)
Arrendamiento	12	$ 1.500.000	$ 18.000.000
Servicios Públicos	12	$ 231.000	$ 2.772.000
Triple Play (internet, servicio de cable y teléfono)	12	$ 100.000	$ 1.200.000
TOTAL		$1.921.000	$ 21.972.000

Fuente. Elaboración propia

Se puede establecer que el punto de venta físico de ***Amor Natural*** en gastos operativos de este al mes se tendrán gastos de $1.921.000 en los cuales están incluidos el canon de arrendamiento, servicios públicos, triple play y al año se tendrán unos gastos operativos de $21.972.000.

2.7.4 CUADRO ALTERNO "Servicios Públicos" PUNTO DE VENTA

Tabla 42 servicios públicos punto de ventas

ÍTEM O ELEMENTO	CANTIDAD (MENSUAL)	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	COSTO (MENSUAL)
Agua	60	m3	$ 1.100	$ 66.000
Energía	90	Kw	$ 1.000	$ 90.000
Triple Play (internet, servicio de cable y teléfono)	1	Paquete	$ 75.000	$ 75.000
TOTAL				$2.772.000

Fuente. Elaboración propia

En cuanto a los servicios públicos que se requieren para el uso del establecimiento, se dice que el consumo de agua al mes se pagará 66,000 en energía 90.000 y en servicios de triple play el cual contiene servicio de internet cable y teléfono tendrá un costo mensual de 75.000 pesos el cual sería el servicio por el que más se pagaría al mes en cuanto al punto de venta de los productos de ***Amor natural.***

2.8. Recursos financieros

Tabla 43 Recursos financieros

FUENTE DE FINANCIACIÓN	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE INVERSIÓN EN EL NEGOCIO
RECURSOS PROPIOS	40%
CRÉDITO	35%
COFINANCIACIÓN	25 %
TOTAL	100%

Fuente. Elaboración propia

En cuanto a los recursos para la financiación del negocio ***Amor natural*** se estima que el 40 % de la inversión sean recursos propios, el 35% crédito por medio de bancos locales, el 25% cofinanciación, de esta manera lograr un total del 100% de inversión para la puesta en marcha del proyecto.

3. ALIANZAS CLAVES

Las alianzas clave, como su nombre lo indica son un tipo de unión con otras empresas que se dediquen a la misma actividad u otra diferente con el fin de buscar oportunidades, aprovechar conocimientos y recursos que estas puedan ofrecer, de esa manera el negocio pueda crecer y sea más óptimo. Según Osterwalder hay cuatro tipos de alianzas; alianzas entre no competidores, cooperación entre competidores, empresa conjunta y relación entre comprador y distribuidor.

3.1. ALIANZAS ENTRE NO COMPETIDORES

Las alianzas entre no competidores, son modelos de negocio que no están enfocados a realizar la misma actividad económica, pero que si se unen pueden lograr que ambas obtengan beneficios significativos, porque complementan alguna necesidad que alguna de las dos requiera cumplir.

En el caso del presente negocio para comercializar productos a base de cannabis se requiere de un tipo de acuerdo o convenio con negocios tales como, parqueadero cerca al punto de venta, debido a que este no cuenta con un espacio donde las personas puedan estacionarse de manera segura para ingresar a realizar una compra al establecimiento.

3.2. COOPERACIONES ENTRE COMPETIDORES

las alianzas claves con las cuales va contar la productora y comercializadora de productos cosmetológicos a base de cannabis ***Amor Natural*** son; alianzas entre competidores indirectos de la ciudad de popayán, en este caso ***Amor Natural*** tendría como ganancia de esta alianza reconocimiento en el mercado y exclusividad de marca como la marca de cosméticos a base de cannabis, mientras que los establecimientos con los que se realicen estan alianzas como lo es Surtibelleza, Distribelleza contarán con descuentos especiales, promociones con los cuales podrán obtener un margen de ganancia mucho más elevado.

3.3. EMPRESA CONJUNTA

las alianzas claves de empresa conjunta con las cuales va contar la productora y comercializadora de productos cosmetológicos a base de cannabis ***Amor Natural*** son; las alianzas que se realizarán a largo plazo con los aliados estratégicos como lo son salones de belleza de la ciudad de Popayán como los cuales tendrán descuentos especiales y muestras gratis de los productos los cuales se quieren dar a conocer y ganar un espacio en el mercado de los salones de belleza como vanidosas Popayán y academias de belleza como la escuela Francia belleza y diseño cauca ; además de esto se tendrá un descuento especial en el punto físico de ***Amor Natural*** para miembros activos de las fuerzas militares.

3.4. RELACIÓN ENTRE COMPRADOR Y DISTRIBUIDOR

las alianzas claves de empresa entre comprador y distribuidor con las cuales va contar la productora y comercializadora de productos cosmetológicos a base de cannabis ***Amor Natural*** será una relación de tipo directo tanto como con los distribuidores autorizados de la marca como el consumidor final de esta manera se evitará que los proveedores eleven los precios de los productos a los minoristas y que al consumidor final le llegue un producto de excelente calidad y a los mejores precios y lograr fidelización de los clientes y una captación de nuevos.

CAPÍTULO III ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

En el estudio legal y organizacional es un componente en el cual se quiere se determinan la diferentes normativas por las cuales se deberá restringida la productora y comercializadora ***Amor Natural,*** mientras que el estudio organizacional se busca determinar las estructura organizacional administrativa con la cual operará la empresa.

3.1 ESTUDIO LEGAL

La constitución jurídica de la empresa de ***Amor Natural*** será una sociedad por acciones simplificada S.A.S. Se escoge esta constitución legal debido a los múltiples beneficios que esta conlleva entre los cuales se encuentran la simplicidad en los trámites, limitaciones de responsabilidades, autonomía para estipular las normas de la empresa, estructura flexible de capitán entre otras.

3.1.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S

***AMOR NATURAL* S.A.S.**

Acto constitutivo

En el municipio de Popayán siendo las 1:06 (p.m.), del día 08 de noviembre del año 2022, se reunieron en la Cámara de comercio del Cauca, las siguientes personas:

NOMBRE COMPLETO	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO (MUNICIPIO)
	TIPO DE IDENTIFICACIÓN	NÚMERO	LUGAR DE EXPEDICIÓN	
Ingrid Tatiana Perez Chaves	C.C.	1.193.264.671	Piendamo-Cauca	Piendamo
Leydy Dayana Orozco Calambas	C.C.	1.002.971.057	Morales-Cauca	Popayán

Fuente: Cámara de comercio del cauca

Quienes para todos los efectos se denominará(n) el(los) constituyente(s) y mediante el presente escrito manifiesto (amos) mi (nuestra) voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

Estatutos

Capítulo I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Duración y Objeto Social

ARTÍCULO 1.- Nombre. - La compañía que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza comercial, con nacionalidad colombiana, denominada ***Amor Natural*** *S.A.S.* y podrá utilizar la sigla S.A.S, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las iníciales “S.A.S.”.

ARTÍCULO 2.- Domicilio. - El domicilio principal de la sociedad será el municipio de *Piendamo y Popayán departamento* de cauca *y* su dirección para notificaciones judiciales será en el parque industrial norte La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 3.- Término de duración. - El término de duración será indefinido

ARTÍCULO 4.- Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto principal *producción y comercialización de productos cosmetológicos a base de cannabis*. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Capítulo **II**

Capital, Acciones y Régimen de las Acciones

ARTÍCULO 5.- Capital Autorizado, EL capital autorizado de la sociedad es:

CAPITAL AUTORIZADO			
ACCIONISTA	**N° ACCIONES**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Ingrid Tatiana perez chaves	**5000**	**$50.000**	**250.000.000**
Leydy Dayana Orozco Calambas	**5000**	**$50.000**	**250.000.000**
TOTAL	**10.000**	**100.000**	**500.000**

Fuente: Cámara de comercio del Cauca

ARTÍCULO 6.- Capital Suscrito. - El capital suscrito inicial de la sociedad es:

CAPITAL SUSCRITO			
ACCIONISTA	**N° ACCIONES**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Ingrid Tatiana perez chaves	*50*	50.000	2.500.000

Leydy Dayana Orozco Calambas	*50*	50.000	2.500.000

Fuente: Cámara de comercio del Cauca

Los accionistas han suscrito el capital de la siguiente forma:

ACCIONISTA	NO DE ACCIONES	VALOR	%
Ingrid Tatiana Perez chaves	50	$50.000	50%
Leydy Dayana Orozco Calambas	50	$50.000	50%

Fuente: Cámara de comercio del Cauca

ARTÍCULO 7.- Capital Pagado. - El capital pagado de la sociedad es:

CAPITAL PAGADO			
ACCIONISTAS	**N° ACCIONES**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Ingrid Tatiana Perez chaves	10	50	500.000

Leydy Dayana Orozco Calambas	10	50	500.000

Fuente: Cámara de comercio del Cauca

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital. - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de (meses) de los próximos 15 meses *(art. 9 Ley 1258 de 2008)* siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

ARTÍCULO 8.- Derechos que confieren las acciones. - En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias.

A cada acción le corresponden los siguientes derechos:

a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;

b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;

c) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008;

d) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

ARTÍCULO 9.- Naturaleza de las acciones. - Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley.

ARTÍCULO 10.-Aumento del capital suscrito. El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

ARTÍCULO 11.- Derecho de Preferencia. Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo 1.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo 2.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

ARTICULO 12.- Clases y Serie de Acciones. - Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo. - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

ARTICULO 13.- Voto Múltiple. - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

ARTÍCULO 14.- Acciones de Pago. - En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

ARTÍCULO 15- Transferencia de Acciones a una Fiducia Mercantil. - Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

ARTICULO 16.- Restricciones a la Negociación de Acciones. - Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

ARTICULO 17.- Cambio de Control- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo II

Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

ARTÍCULO 26.- Nombramientos. - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado por unanimidad en este acto constitutivo, a **Ingrid Tatiana Perez Chaves** identificado con el documento de identidad No**. 1.193.264.671**, como gerente de Amor Natural S.A.S., por el término de 1 año.

Como subgerente han designado por unanimidad a **Leydy Dayana Orozco Calambas,** identificada con el documento de identidad No.**1.002.971.057**, por el término de 1 año.

Ingrid Tatiana Perez chaves* Y *Leydy Dayana Orozco Calambas participa (n) en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de Amor Natural S.A.S.

Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, la empresa formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

En constancia firman los socios accionistas constituyentes:

_____

INGRID TATIANA PEREZ CHAVES
GERENTE
C.C:1.193.264.671

_____

LEYDY DAYANA OROZCO CALAMBAS
SUB-GERENTE
C.C: 1.00.2971.057

3.1.2. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN

los trámites constitucionales sirven para que una empresa realice la legalidad de operaciones y pueda realizar todo los tramites de papeleo y administrativos para poder adquirir la personalidad jurídica

Tabla 44 Tramites

TRÁMITE	VALOR A PAGAR
REGISTRO DE CÁMARA DE COMERCIO	**$** 114.000
REGISTRO SANITARIO DE COSMÉTICOS INVIMA	**$** 4.406.466
INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DE TRIBUTACIÓN RUT	**$** 0
INSCRIPCIÓN EN EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TRIBUTARIA RIT	**$**0
PATENTE DE MARCA	**$** 1.003. 500
USO DE SUELOS	**$** 0
CERTIFICADO DE SEGURIDAD SSL	**$** 503.909
PÓLIZA DE RIESGOS EMPRESARIALES.	**$ 3.890.670**
TOTAL	**$** 9.804.545

Fuente: Elaboración propia

Del cuadro anterior se puede concluir que en cuanto a trámites constitucionales con el fin de realizar las actividades de la empresa de una manera legal, se tramitaron los que van acuerdo a la actividad económica que desarrolla la empresa, como el registro en la cámara de comercio por un valor de 114.000, registro sanitario de cosméticos el cual tiene un valor más alto a diferencia de los demás de 4.406.466, la inscripción en el registro único tributario, inscripción en el servicio de información tributaria, los cuales son otorgados por

la DIAN, por la tanto no tiene ningún costo , patente de marca por la que se cancela 1.003.500, uso de suelos, certificado de seguridad en cuanto a máquinas y trabajadores es de 503.909 y por último la póliza de riesgos empresariales por un valor de 3.890.670, siendo en total 9.804.545 en trámites legales.

3.1.3. LEYES POR LAS CUALES ESTARÍA REGIDA AMOR NATURAL

Las leyes por las cuales se rigen las fábricas de producción de cosméticos se verán regidas por las siguientes normativas colombianas:

- ***La Ley 120 de 2018,*** busca prohibir la producción, realización, investigación y comercialización de productos cosméticos, en donde hubieran sido utilizados los animales para su elaboración y producción.
- **ISO 22716**, el estándar internacional que define las Buenas Prácticas de Fabricación en la industria de producción de cosméticos, se alinea con lo dispuesto por el Reglamento (CE)
- **Ley 711 de 2001**, se entiende por cosmetología el conjunto de conocimientos, prácticas y actividades de embellecimiento corporal, expresión de la autoestima y el libre desarrollo de la personalidad, cuyo ejercicio implica riesgos sociales para la salud humana.
- **Ley 2047 de 2020,** por la cual se prohíbe en Colombia la experimentación, importación, fabricación y comercialización de productos cosméticos, sus ingredientes o combinaciones de ellos que sean objeto de pruebas con animales y se dictan otras disposiciones.
- **Decreto 516 de 2002,** estableció en su artículo 5° que: “Los productos cosméticos a que se refiere la presente Decisión requieren, para su comercialización o expendio en la Sub Región, de la Notificación Sanitaria Obligatoria presentada ante la Autoridad Nacional Competente del primer País Miembro de comercialización.”

- **Ley 2827 DE 2006**, por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental.

IV ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.2.1. Misión

Grafica *26 Misión Empresarial*

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Visión

Grafica *27 Visión empresarial*

Fuente: Elaboración propia

4.2.3.Valores empresariales

Grafica *28 Valores empresariales*

Fuente: Elaboración propia.

Grafica *Valores empresariales*

Fuente: Elaboración propia.

4.2.4.Política de calidad

Grafica *30 Política de calidad*

Fuente: Elaboración propia.

4.3. MATRIZ DOFA

La matriz dofa cruzada es una herramienta de ajustes que sirve para el desarrollo de estrategias empresariales.

Tabla 45 Matriz dofa

	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
MATRIZ DOFA	F1: Validación de negocio F2: Conocimiento administrativo	D1: Baja capacidad de endeudamiento financiero D2: No hay conocimiento

	F3: Habilidad redes sociales F4: Cosméticos naturales	en elaboración de cosméticos D3: Contar con un espacio adecuado para la producción de los productos D4: Altos costos operacionales
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS DO**
O1: Líneas de financiamiento del gobierno (fondo emprender O2: Acceso de materia prima. Y personal capacitado O3: Participación en ferias y eventos. O4: Ubicación estratégica para la fabricación.	F1-O1, Creación de empresa Enseñar la idea de negocio F2- O2 Realizar e investigar cotizaciones y precios para la adquisición de activos F3-O3, Hacer uso de las herramientas como ferias y eventos para dar a conocer el producto a nuevos clientes. F4-04: Aprovechar la ubicación dada para crear los productos naturales.	D1- O1, Inscribirse y presentar el plan de negocio, en las convocatorias que lanza el gobierno como el proyecto fondo emprender y así lograr el financiamiento para la adquisición de activos y poner en marcha la idea de negocio D2-O2 Convocatoria de empleo para los cargos D3-O3 Incursionar y dar a conocer el negocio a través de ferias y exposiciones de maquillaje, como también hacer uso de nuevas tecnologías y redes sociales para promocionar el negocio D4-04 Aprovechar la ubicación estratégica proporcionada e invertir para ampliar el portafolio de productos.
AMENAZAS	**ESTRATEGIAS FA**	**ESTRATEGIAS DA**

A1: Inflación A2: Aumento de las tasas de interés A3: Negocios y marcas de maquillaje posicionados . A4: Entrada de nuevos competidores locales	F2- A1 Adaptación al entorno para mantenerse en el mercado y tener equilibrio financiero F1-A3 Conocer la competencia para ver sus debilidades y fortalecer el negocio F3-A4 constantemente redes sociales para posicionarse y tratar de implementar marketing digital para impulsar el negocio logrando así incursionar a futuro en el mercado F4-A2:	D1-A1 Presentar plan de negocio bien estructurado y atractivo tanto para proyectos de financiamiento como para inversionistas y así lograr el financiamiento necesario, adaptarse al entorno y mantener en equilibrio ante el mercado D3-A3 Buscar proveedores de materia prima convenientes para analizar y ajustar precios para ser más competitivos en el mercado. D2-A4 Captar personal adecuado para diseñar un plan estratégico basado en pro de reconocimiento por ser productos con un margen de diferencia, ya que son naturales, estatus y crecimiento de la empresa. D4-A2 Realizar un plan de inversión adecuado, frente a los gastos operacionales con el fin de lograra una reducción de los mismos.

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a la tabla anterior, se concluye que la idea de negocio en cuanto al entorno interno, cuenta con características positivas, como es el caso de las fortalezas, primeramente por ser un producto 100% natural, como también las fortalezas que se poseen como equipo, es decir ciertas capacidades y conocimientos que se adquirieron durante el transcurso de la etapa de aprendizaje; También existen características negativas como las debilidades que se observan como equipo, en cuánto a conocimientos requeridos especialmente en la elaboración de cosméticos y la baja capacidad para financiar el proyecto..

Por consiguiente, se tiene en cuenta también, que el negocio en el entorno externo en las oportunidades, el entorno se ofrece ciertos recursos que se requieren para obtener capital , dará a conocer el producto entre otras ; En cuánto a las amenazas, se dice que es un factor que no se pueden cambiar, como la inflación, tasas de interés entre otras, marcas y negocios ya posicionados los cuales afectan en cierta medida, cuando se pretende iniciar un negocio, sin embargo, partiendo de lo anterior se observa que a pesar de que hayan posibilidades negativas se pueden crear buenas estrategias con las características positivas, de esa manera la idea de negocio se pueda poner en marcha.

1 Estrategia, FO, Creación de empresa es una estrategia inicial debido a que si el plan de negocios está validado, se tendrá una información veraz acerca de costos para la producción y venta de los productos y las líneas de financiamiento serían una mejor opción para ponerla en marcha.

2 Estrategia, Realizar e investigar cotizaciones y precios para la adquisición de activo buscando obtener los mejores precios en cuanto a maquinaria y equipos.

3 Estrategia, Hacer uso de las herramientas tales como, ferias y eventos para dar a conocer con el fin de dará a conocer el producto en cuanto a presentación características con el fin de atraer a nuevos clientes.

4 Estrategia, realizar un aprovechamiento de la ubicación cercana a la ciudad para crear los productos naturales, ya que se minimizan costos en transporte y tendrá una mejor acogida por el público por ser un producto local

5 Estrategia, DO, Inscribirse y presentar el plan de negocio bien estructurado y definido, en las convocatorias que realiza el gobierno nacional en este caso, el proyecto fondo emprender, con el propósito de lograr el financiamiento requerido para la adquisición de activos (maquinaria, equipos, bienes inmuebles) de esta manera poner en marcha la idea de negocio planteada.

6 Estrategia, Convocatoria de empleo para los cargos requeridos dentro del negocio, es decir, personas especializadas en área de selección de las materias primas, creación del

producto cosmético a base de cannabis, en manejo óptimo de máquinas eléctricas, asesores, contador, y en servicios generales de aseo y vigilancia.

7 Estrategia, incursionar y dar a conocer el negocio a través de ferias y exposiciones de maquillaje a minoristas y distribuidores interesados en los productos cosméticos a base de cannabis, como también hacer uso de nuevas tecnologías y redes sociales para promocionar el negocio mediante publicaciones continuas de los productos.

8 Estrategia, Aprovechar la ubicación estratégica proporcionada, es decir es una ubicación estratégica por ser cercana y de fácil acceso a la ciudad como también e invertir para ampliar el portafolio de productos con el fin de satisfacer más necesidades y generar más ingresos para el negocio.

9 Estrategia, Adaptación al entorno para mantenerse en el mercado, es decir adaptarse a cambios que existan ya sea la inflación con fin de mantener un equilibrio financiero en la empresa.

10 Estrategia, Conocer la competencia para ver sus debilidades en cuanto a calidad, presentación, tratar de implementar aquello que la competencia carece de esta manera fortalecer el negocio.

11 Estrategia, Constantemente estar haciendo uso de las redes sociales más frecuentadas como Instagram, aprovechando que es una página que es muy usada para vender productos, que se ofrecen más que todo visualmente ya que es por medio de fotografías, ayudando a posicionarse y tratar de implementar marketing digital, para impulsar el negocio logrando así incursionar a futuro en el mercado del internet.

12 Estrategia, Presentar un plan de negocio bien estructurado que sea atractivo tanto para pertenecer a proyectos de financiamiento como también para inversionistas, logrando así el financiamiento necesario, para adaptarse al entorno que se presente y poder mantenerse el mercado.

13 Estrategia, Buscar proveedores de materia prima convenientes para el negocio y de esa manera analizar y ajustar precios que sean asequibles para las personas y ser más competitivos en el mercado.

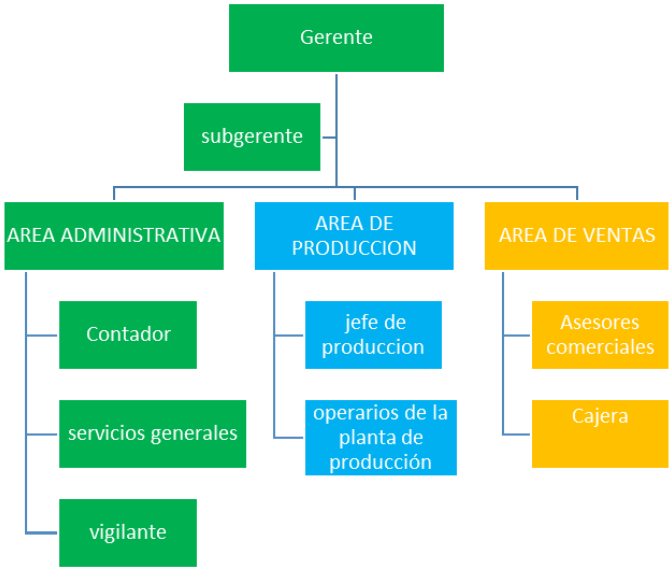
14 Estrategia, Captar personal que se identifique con el negocio y que tenga un gusto por su trabajo, para diseñar un plan estratégico que esté basado en pro de reconocimiento por atención calidad además de que son productos con un margen de diferencia, ya que son naturales, lo cual generará estatus y un crecimiento de la empresa.

15 Estrategia, Realizar un plan de inversión adecuado, teniendo en cuenta lo que en realidad necesita el negocio en cuanto a maquinas, personal específico etc., y lograr una reducción de los mismos.

4.4. ORGANIGRAMA

El organigrama de ***Amor Natural*** esta es la representación gráfica de la empresa; el cual está conformado por las áreas departamentales y los cargos de cada de una en el caso de la productora y comercializadora ***Amor Natural*** estará conformado de la siguiente manera:

Grafica *31 Organigrama*



Fuente: Elaboración propia.

El organigrama de la empresa se conforma por tres departamentos esenciales para el funcionamiento y adecuada cadena de distribución las cuales están conformadas de la siguientes áreas:

Área administrativa esta área está conformada por cinco cargos en el cual el primero será en gerente de la empresa, el subgerente, contador será contratado por prestación de servicios y se manejara la misma contratación para el personal encargado de servicios generales y vigilante tanto de la fábrica como el punto de venta el cual será contratado por medio de una empresa de seguridad de la ciudad de Popayán pero con un filtro que lo aplicara la empresa.

Área productiva o área de producción: está conformado por dos cargos los cuales están ubicados en la planta de producción de la empresa los cuales son el jefe de producción el cual será el encargado de que todo en esta funcione a cabalidad y a su vez tendrá a su carga a los operarios de producción los cuales serán los encargados de la producción, envasado y despacho de los diferentes lotes de producción

Área de ventas esta área está conformada por dos cargos los cuales serán los asesores comerciales serán los encargados de la atención a los clientes y encargados de la comunicación directa con los minoristas y las cajeras las cuales tendrán que hacer el cobro de los diferentes productos que los clientes deseen llevar y hacer los respectivos cuadres de caja una vez finalizada la jornada laboral.

4.5 PERSONAL ADMINISTRATIVO

Tabla 46 Personal administrativo

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	CANTIDAD 1	SALARIO (MENSUAL) 2	SALARIO (ANUAL) 3=2*12 MESES	COSTO TOTAL (ANUAL) 4=1*3
GERENTE	Aprobar programas y presupuestos Interpretar estados financieros Dar seguimiento y direccionamiento a la empresa	**Profesión:** Administrador de empresas **Genero:** Mujer **Edad:** 20 - 25	1	1´000.000	12´000.000	12.000.000

		Nivel de experiencia: 1 año				
SUB GERENTE	Asistir al gerente en la organización, planificación e implementación de la estrategia. Coordinar la operaciones de la tienda minorista. Asegurarse de que los empleados cumplen los horarios y objetivos de la tienda.	**Profesión:** Administrador de empresas **Genero:** Mujer **Edad:** 20 -25 **Nivel de experiencia:** 1 año	1	1´000.000	12´000.000	12.000.000
CONTADOR	Elaborar los estudios financieros Dar seguimiento contable a la empresa.	**Profesión:** Contador publico **Genero:** Mujer **Edad:** 20 - **Nivel de experiencia:** 1 año	1	100.000	1.200.000	1.200.000
ASESOR COMERCIAL	Comprender el mercado para generar ideas adecuadas a su contexto y que permitan concretar ventas de manera eficiente, además de realizar el cobro de los productos	**Profesión:** Gestión empresarial **Genero:** Mujer **Edad:** 20 - **Nivel de experiencia:** 1 año	2	$800.000	$9.600.000	$19.200.000
SERVICIOS DE ASEO	Realizar los servicios generales de aseo y cafetería de la empresa Cumplir con los elementos de sanidad requeridos para la operación de la empresa	**Profesión:** Bachiller **Genero:** Mujer **Edad:** 20 - 25 **Nivel de experiencia:** 1 año	3	$500.000	$6.000.000	$18.000.000
SERVICIO DE VIGILANCIA	Vigilar y proteger bienes muebles e inmuebles, así como a las personas que se encuentren dentro de los mismos. Realizar controles de identidad en el acceso o en el interior de	**Profesión:** Curso en fundamentación de vigilancia y manejo de armas **Genero:** Hombre- mujer **Edad:** 20 - 25	2	$ 600.000	$7.200.000	$14.400.000

	determinadas instalaciones.	**Nivel de experiencia:** 1 año				
TOTAL			10	4.000.000	48.000.000	76.800.000

Fuente. Elaboración propia

Se puede analizar que la productora y comercializadora de cosméticos a base de cannabis ***Amor Natural*** requiere de ocho personas en el área administrativa las cuales

4.6. GASTOS PUESTA EN MARCHA

los gastos puesta en marcha son todos lo que se tendrán que hacer tanto en la fábrica de producción como en el punto de venta de ***Amor Natural*** antes de que esta entra en funcionamiento

Tabla 47 Gastos puesta en marcha

DESCRIPCIÓN	VALOR
PERMISOS Y LICENCIAS	$ 5.024.375
REGISTRO MERCANTIL	$114.000
REGISTROS, MARCAS Y PATENTES	$1.003.000
TOTAL	$6.141.375

Fuente. Elaboración propia

los gastos para la puesta en marcha que se realizarán por la empresa, es decir, tanto para los procesos producción como para la venta de los productos de amor natural permisos y licencias el cual tendrá un valor de 5.024.375 siendo más alto que lo que paga por registrar la marca la cual tiene un valor de 1.003.000 y 114.000 para realizar el registro mercantil, para un total de 6.141.000 en gastos para la puesta en marcha.

4.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son todos aquellos que se vinculan con la gestión, organización y control de la empresa que proporcionan las condiciones de operación del negocio.

Tabla 48 Gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR
PUBLICIDAD	$ 5.000.000
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO	600.000
SEGUROS	$ 3.890.670
SUMINISTROS DE OFICINA	3.600.000
TOTAL	13.090670

Fuente. Elaboración propia

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se busca determinar la viabilidad, estabilidad, y el costo de la operación del proyecto y su aceleración, este permite evaluar la rentabilidad del estudio de factibilidad y visualizar la rentabilidad y en qué tiempo se tendrá la recuperación de los gastos financieros.

Tabla 49 Datos

DATOS		
% INCREMENTO EN VENTAS	0,02	DEMANDA POR POBLACION
%INCREMENTO DE COSTOS	0,0562	INFLACION 2021
%INCREMENTO EN GASTOS	0,0562	SALARIO MINIMO
%INCREMENTO NOMINAS	0,1007	DTF
TASA INTERÉS	0,0308	
IMPUESTO RENTA	0,33	
CAPITAL DE TRABAJO (DIAS)	60	

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la anterior tabla, se dice que son todos los datos que ayudan al cálculo del estudio financiero, por ejemplo, el incremento en ventas en Colombia es de 2%, el incremento en costos y gastos se tiene en cuenta la inflación del año 2021 el cual arrojo un valor de 56.2%, en el incremento de nómina, se tuvo en cuenta el incremento del salario

mínimo que fue a nivel nacional del año 2021, la tasa de interés esta fija por el DTF, el impuesto de renta es 33% en el año 2021 de acuerdo a lo establecido por la ley, capital de trabajo se pacta que sea de 60 días.

Tabla 50 Ingresos

INGRESOS					
AÑOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS PRODUCTOS	583.517.599	595.187.951	607.091.710	619.233.544	631.618.215
TOTAL INGRESOS	583.517.599	595.187.951	607.091.710	619.233.544	631.618.215

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la tabla anterior se estima que los ingresos por los productos cosméticos a base de cannabis en el año unos serán por $ 583.517.599, y en el año cinco se tendrá unos ingresos por ventas de 631.618.215 de pesos.

Tabla 51 Cantidad de productos

CANTIDAD DE PRODUCTOS	CANTIDAD MES	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR	SUBTOTAL MES	TOTAL AÑO 1
BASE	580	unidades	12.000	6.958.260	83.499.119
LABIAL	580	unidades	10.000	5.798.550	69.582.599
SOMBRA	355	unidades	15.000	5.322.550	63.870.595
PESTAÑINA	450	unidades	12.000	5.400.441	64.805.286

KIT	629	unidades	40.000	25.146.667	301.760.000
TOTAL					**583.517.599**
					$ 248,857,700

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Con base en la tabla se observa que el kit de maquillaje es el producto que más cantidad se venden al mes con 629 unidades, por un precio de 40.000, y al mes por 25.146.667, seguido de la base y labial, con una cantidad al mes de 580 unidades, aunque la base a un precio de 12.000 generando un ingreso mensual de 6.958.960, y el labial a un precio unitario de 10.000 y al mes de 5.598.750. y por último la base 355.000 unidades a 15.000 y la pestañina con 450 unidades por mes a un valor en el mercado de 12.000, para un total en el año uno de 583.517.599.

Tabla 52 Costo del producto

COSTOS DEL PRODUCTO

AÑOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
COSTOS					
SERVICIOS TÉCNICOS	95.600.064	105.226.990	115.823.348	127.486.760	140.324.676
INVERSIÓN FLEXIBLE	163.404.000	172.587.305	182.286.711	192.531.225	203.351.479
TOTAL	259.004.064	277.814.295	298.110.060	320.017.984	343.676.156

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De la tabla anterior se observa que los costos del producto, en cuanto a servicios técnicos e inversión flexible en el año 1 es de 259.004.064, y en año 5 el total de costos es de 343.676.15

Tabla 53 Nomina de productos

NOMINA PRODUCTOS					
CARGO	N°.	SALARIO MESN	AYUV TRANSP MEENS	SALARIO ANUAL	AUX TRANSPORTE ANUAL
FABRICACIÓN DE COSMÉTICOS	1	1.000.000		12.000.000	-
LABORATORIO DE CALIDAD	1	1.600.000		19.200.000	-
JEFE DE PLANTA	1	1.000.000		12.000.000	-
SUBTOTALES		3.600.000	-	43.200.000	-
APORTES SEGURIDAD SOCIAL	0,2102			9.081.504	
PARAFISCALES	0,0900			3.888.000	
PRESTACIONES SOCIALES	0,2183			9.430.560	
TOTAL					

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De la nómina de producción

Nomina productos

NOMINA PRODUCCION					
CARGO	No.	SALARIO MESN	AYUV TRANSP MEENS	SALARIO ANUAL	AUX ANU
SELECCIONADORES MATERIA PRIMA	2	800.000	50.000	19.200.000	
CAJERA	1	800.000		9.600.000	
ASESOR	2	800.000		19.200.000	
ENVASADO Y EMPACADO	2	900.000	50.000	21.600.000	

ENCARGADO DEL AREA DE ASEO	3	500.000		18.000.000	
VIGILANTE	2	600.000		14.400.000	

TOTA

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De la tabla anterior se puede decir que se requiere de 12 personas para la producción y para la venta de los productos, los encargados del envasado, empacado, y los que seleccionan la materia prima cuentan con auxilio de transporte a diferencia de los demás colaboradores, y el salario mínimo promedio de 900.000 para cada uno y en total la nómina durante un año es de 30.000.000.

Tabla 54 Insumos

INSUMOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EXTRACTOS DE CANNABIS	1000	60.000	60.000.000
MIRISTATO DE ISOPROPILO	10	37.000	370.000
ACEITE FLORAL	10	67.000	670.000
PIGMENTOS	400	73.000	29.200.000
AGLOMERANTES PARA PESTAÑINA (OZ)	1000	7.580	7.580.000
TAPA OÍDOS	200	620	124.000
LENTES	100	5.225	522.500
GUANTES INDUSTRIALES	100	3.653	365.300
GUANTES DE VINILO	100	400	40.000
BOTAS PUNTA DE ACERO	18	69.900	1.258.200
BATAS DE LABORATORIO	10	27.900	279.000
ETIQUETAS	10000	570	5.700.000
CAJAS DE CARTÓN CORRUGADAS DE 40*40*40	1000	4.268	4.268.000
CAJA DE CARTÓN CORRUGADA DE 60*60*60	1000	9.524	9.524.000
BOLSAS BIODEGRADABLES DE LA MARCA	1000	229	229.000
BOLSAS DE TELA PARA EL PUNTO DE VENTA	100	75.500	7.550.000
PUNTOS ECOLÓGICOS	5	319800	1.599.000
VINIPEL INDUSTRIAL * 50M	100	51.000	5.100.000

ENVASES DE VIDRIO CILÍNDRICO	5000	1.000	5.000.000
ENVASES PLÁSTICOS	4000	800	3.200.000
ESPEJOS PARA SOMBRAS	3000	1.000	3.000.000
EMPAQUE DE LABIAL	5000	1.600	8.000.000
PALETA PARA SOMBRAS	3000	2.400	7.200.000
ESCOBAS	10	8.000	80.000
TRAPEADORES	10	12.000	120.000
DETERGENTES	3	30.000	90.000
DESINFECTANTES	10	58.000	580.000
CANECAS	5	15.000	75.000
BOLSAS INDUSTRIALES	1000	1.100	1.100.000
PIPETAS	1000	580	580.000
TOTAL		944.649	163.404.000

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Con base en la información anterior se observa cada insumo, también la cantidad de cada uno, precio unitario según el mercado, para la producción de los cosméticos, se analiza que los extractos de cannabis tienen un valor mayor de 60.000.000 a diferencia de los demás.

Tabla 55 Valor anual

VALOR ANUAL					
NOMINA	37.644.480	41.435.279	45.607.812	50.200.518	55.255.711
HONORARIOS	2.400.000	2.534.880	2.677.340	2.827.807	2.986.730
ARRENDAMIENTOS	18.000.000	19.011.600	20.080.052	21.208.551	22.400.471
SERVICIOS PUBLICOS	3.668.616	3.874.792	4.092.556	4.322.557	4.565.485
PAPELERIA	3.600.000	3.802.320	4.016.010	4.241.710	4.480.094

ELEMENTOS DE ASEO	1.200.000	1.267.440	1.338.670	1.413.903	1.493.365
MATERIALES SEGURIDAD INDUSTRIAL	25.624.644	27.064.749	28.585.788	30.192.309	31.889.117
INSTALACIONES	3.000.000	3.168.600	3.346.675	3.534.758	3.733.412
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	7.200.000	7.604.640	8.032.021	8.483.420	8.960.189
AMORTIZACION DIFERIDOS	2.011.103	2.011.103	2.011.103	2.011.103	2.011.103
DEPRECIACION	25.273.681	25.273.681	25.273.681	25.273.681	25.273.681
TOTAL	129.622.524	137.049.084	145.061.707	153.710.318	163.049.356

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la tabla presentada se observan el valor anual, en cuanto al pagos de nómina, honorarios, servicios, elementos como papelería y de seguridad industrial, de aseo, para mantenimiento de las máquinas y otros, para un total de 129.622.524, de los anteriormente nombrados se destaca que el costo más alto es en nomina

Tabla 56 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**MES**	**TOTAL AÑO**
ARRENDAMIENTO	1.500.000	18.000.000
PAPELERÍA	300.000	3.600.000
HONORARIOS	200.000	2.400.000
MATERIALES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	2.135.387	25.624.644
ELEMENTOS DE ASEO	100.000	1.200.000
INSTALACIONES	250000	3.000.000
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	600000	7.200.000

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

En la tabla anterior están establecidos los gastos administrativos para el negocio, por mes y el total en el año, donde se observa que, hay dos gastos más altos respecto a los demás y son por arrendamientos el cual tiene un valor al mes por 1.500.000, al año de 18.000.000, otro es los materiales de seguridad industrial por un precio de 2.135.387, al año de 25.624.644.

Tabla 57 Nomina administrativos

NOMINA ADMINISTRATIVO						
CARGO	No.	SALARIO MESN	AYUV TRANSP MEENS	SALARIO ANUAL	AUX TRANSPORTE ANUAL	SUBTOTAL
CONTADOR	1	100.000	-	1.200.000	-	1.200.000
					TOTAL	1.200.000

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

En la tabla de la nómina administrativa, se observa que solo se cuenta con un cargo y es del contador el cual recibe unos ingresos de 100.000 por servicios prestados, este no cuenta con auxilio de transporte, y el salario anual al igual que el subtotal es de 1.200.000.

Tabla 58 Servicios públicos

SERVICIOS PUBLICOS	**COSTO/MES**	**TOTAL AÑO**
TELÉFONO CELULAR	75.000	900.000
INTERNET PLAN – SERVICIO-TELEF	75.000	900.000
ENERGIA	90.000	1.080.000

AGUA	140.718	1.688.616
TOTAL	380.718	**4.568.616**

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la tabla, se conoce los servicios que se necesitan para poder operar el negocio, y es el servicio de energía por valor mensual de 90.000, al año de 1.080.000, en servicio de agua al mes se paga 140.718, al año 1.688.616, siendo el servicio con el valor más alto a pagar y 75.000 por servicio de internet y teléfono al mes, por el año 900.000 para un total en servicios de 4.568.616

Tabla 59 Gastos ventas

GASTOS VENTAS					
AÑOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
GASTOS					
PUBLICIDAD	2.000.000	2.112.400	2.231.117	2.356.506	2.488.941
SEGUROS	3.890.670	4.109.326	4.340.270	4.584.193	4.841.825
PERMISOS Y LICENCIAS	5.024.375	5.306.745	5.604.984	5.919.984	6.252.687
REGISTRO MERCANTIL	114.000	120.407	127.174	134.321	141.870
REGISTROS MARCAS Y PATENTES	1.003.000	1.059.369	1.118.905	1.181.788	1.248.204
TOTAL	12.032.045	12.708.246	13.422.449	14.176.791	14.973.527

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la tabla anterior, se establecen los gastos respecto a seguros publicidad, seguros, permisos, licencias, registro mercantil, y el registro de la patente, en el que los permisos y licencias tiene un valor muy por encima de los demás gastos, siendo de 5.024.375, como también los gastos en seguros, por un valor de 3.890.670, mientras que el gasto más bajo es en el registro mercantil por valor de 114.000, todo esto para el primer año, para un total de 12.032.045.

Tabla 60 Depreciación acumulada

DEPRECIACION ACUMULADA										
EQUIPOS	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**VIDA UTIL**	**DEPRECIACION**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
CAJA REGISTRADORA	2	980.000	1.960.000	5	392.000	392.000	392.000	392.000	392.000	392.000
TELÉFONO	2	60.000	120.000	5	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
CIRCUITO DE CÁMARAS	1	1.839.000	1.839.000	5	367.800	367.800	367.800	367.800	367.800	367.800
LUCES LED	2	114.000	228.000	5	45.600	45.600	45.600	45.600	45.600	45.600
COMPUTADOR	6	2.890.000	17.340.000	5	3.468.000	3.468.000	3.468.000	3.468.000	3.468.000	3.468.000
IMPRESORA	1	879.000	879.000	5	175.800	175.800	175.800	175.800	175.800	175.800
SISTEMA DE DETECCIÓN Y ALARMA CONTRA INCENDIOS	1	1.450.000	1.450.000	5	290.000	290.000	290.000	290.000	290.000	290.000

SUBTOTAL			23.816.000		4.763.200	4.763.200	4.763.200	4.763.200	4.763.200	4.763.200

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la tabla se observa que se encuentran 12 equipos electrónicos, el precio unitario más alto es el de un computador por valor de 2.890.000 de los cuales se requieren 6, estos tienen una vida útil de 5 años, el subtotal de su depreciación por el total de equipos es de 4,763,200.

Tabla 61 Maquinaria

MAQUINARIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CINTA TRASPORTADORA MOTORIZADA	3	9.832.462	29.497.386	5	5.899.477	5.899.477	5.899.477	5.899.477	5.899.477	5.899.477
MESA ELEVADORA	1	4.285.000	4.285.000	5	857.000	857.000	857.000	857.000	857.000	857.000
ENVOLVEDORA DE CAJAS DE CARTÓN	1	1.040.000	1.040.000	5	208.000	208.000	208.000	208.000	208.000	208.000
MAQUINAS CERRADORA DE TAPAS DE PLÁSTICO Y ALUMINIO	1	16.073.578	16.073.578	5	3.214.716	3.214.716	3.214.716	3.214.716	3.214.716	3.214.716
MÁQUINA DE LLENADO PARA BASES	1	12.567.980	12.567.980	5	2.513.596	2.513.596	2.513.596	2.513.596	2.513.596	2.513.596
MÁQUINA DE LLENADO PARA LABIAL	1	10.539.770	10.539.770	5	2.107.954	2.107.954	2.107.954	2.107.954	2.107.954	2.107.954
MAQUINA AUTOMÁTIC	1	10.589.091	10.589.091	5	2.117.818	2.117.818	2.117.818	2.117.818	2.117.818	2.117.818

A VERTICAL PARA POLVO										
IMPRESORA ZEBRA	2	4.165.900	8.331.800	5	1.666.360	1.666.360	1.666.360	1.666.360	1.666.360	1.666.360
SUBTOTAL			92.924.605		18.584.921	18.584.921	18.584.921	18.584.921	18.584.921	18.584.921

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

En la tabla anterior se observa la maquinaria para el área productiva, en cual estarán disponibles 10 máquinas, por un valor total de 92.924.605, se destaca que la maquina cerradora de tapas de aluminio y plástico tiene un valor de 16.073.578 siendo superior al valor de la demás maquinaria, la depreciación para estas máquinas es del 5% anual, por lo tanto, el subtotal del valor de las maquinas pasado 5 años es 18.584.921.

Tabla 62 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES									
MUEBLES	3	69.000	207.000	5	41.400	41.400	41.400	41.400	41.400
ALFOMBRA DE BIENVENIDA PERSONALIZADA	1	55.000	55.000	5	11.000	11.000	11.000	11.000	11.000
ANAQUELES	5	720.000	3.600.000	5	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
ESPEJOS	3	130.000	390.000	5	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
MURAL DECORATIVO	1	250.000	250.000	5	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
SUBTOTAL			4.502.000		900.400	900.400	900.400	900.400	900.400

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Conforme a lo presentado anteriormente se dice que en esta se encuentran los materiales para el punto donde se realizaran las ventas, son en total 13 recursos, de los cuales cual se estiman 5 anaqueles por valor 3.600.000, 3 espejos por 390.000, muebles por un precio de 207.000 y una alfombra por valor de 55.000, para un total 4.502.000, cabe resaltar que todos se deprecian en un

Tabla 63 Otros

OTROS										
PUNTOS ECOLOGICOS	3	807.000	2.421.000	5	484.200	484.200	484.200	484.200	484.200	484.200
MICROSCOPIO	2	2.457.900	4.915.800	5	983.160	983.160	983.160	983.160	983.160	983.160
PLACAS DE LABORATORIO	1	210.000	210.000	5	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000
SUBTOTAL			7.546.800		1.509.360	1.509.360	1.509.360	1.509.360	1.509.360	1.509.360
TOTAL			128.789.405		25.757.881	25.757.881	25.757.881	25.757.881	25.757.881	25.757.881

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Basado en la tabla anterior se observa que se encuentran 3 recursos, la cantidad en total es de 6, el precio más alto es el del microscopio el cual tiene un valor de 2.457.900 y el de menor precio es las placas de laboratorio, estor también de precian en un 5% anual, y el total al cabo de los 5 años es de 25.757.881.

Tabla 64 Amortización gastos operativos

	AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS			
	AÑOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**
GASTOS PREOPERATIVOS	**VALOR**	**1**	**2**	**3**
GASTOS DE CONSTITUCION	6.141.375	1.228.275	1.228.275	1.228.2
PUBLICIDAD INAUGURACION	300.000	60.000	60.000	60.0
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	2.000.000	400.000	400.000	400.0
GASTO DE PERSONAL INAUGURACION	300.000	60.000	60.000	60.0
GASTOS DE INAUGURACION	400.000	80.000	80.000	80.0
IMPREVISTOS	914.138	182.828	182.828	182.8
TOTAL	10.055.513	2.011.103	2.011.103	2.011.1

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

En la tabla de amortización en gastos pre operativos se estiman los valores a pagar desde el año uno hasta el año cinco, entre ellos se encuentran los gastos pre operativos por valor anual de 1.228.275, siendo en total 6.141.375., otro de los gastos pre operativos altos a diferencia de los demás es estudio de factibilidad, por valor anual de 400.000 y 2.000.000 en total, en publicidad e inauguración es de 300.000 a lo largo de los 5 años, y 182.828 por año para un total de 914.138, para atender posibles imprevistos.

Tabla 65 Amortización créditos

AMORTIZACION CREDITO						
	AÑOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
PERIODO	0	1	2	3	4	5
CUOTA FIJA		41.201.669	41.201.669	41.201.669	41.201.669	41.201.669

INTERESES		5.798.449	4.708.030	3.584.026	2.425.403	1.231.094
ABONOS AL CREDITO		35.403.220	36.493.639	37.617.643	38.776.266	39.970.575
SALDOS	188.261.343	152.858.123	116.364.484	78.746.841	39.970.575	-0

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

En la tabla se presenta la amortización del crédito donde habrá una cuota fija en el primer año de 41,201,669 con un interés de 5.798.449, y en el año 5 de 41201.669, con un interés de 1.231.094, y saldos para el año uno de 152.858.123 en el año 5 es de 0.

Tabla 66 Inversión del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO		
INVERSION FIJA		128.789.405
EQUIPOS	23.816.000	
MAQUINARIA	92.924.605	
MUEBLES Y ENSERES	4.502.000	
OTROS	7.546.800	
INVERSION DIFERIDA		10.055.513
GASTOS DE CONSTITUCION	6.141.375	
PUBLICIDAD INAUGURACION	300.000	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	2.000.000	
GASTO DE PERSONAL INAUGURACION	300.000	
GASTOS DE INAUGURACION	400.000	
IMPREVISTOS	914.138	
CAPITAL DE TRABAJO		402.042.833
TOTAL INVERSION		540.887.750
FINANCIACION		189.310.713
INVERSION NETA.		351.577.038
RECURSOS PROPIOS	351.577.038	

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la tabla de inversión del proyecto, se evidencia que la inversión fija del proyecto es de 128.789.405, donde la inversión en maquinaria es la más alta, ya que tiene un valor de 92.924.605, respecto a la inversión diferida el valor es de 10.055.513, el gasto de constitución tiene un valor mayor de 6.141.375 a diferencia de los demás, en cuanto a la inversión neta y recursos propios es de 351.577.038, y la financiación es de 189.310.713, para un total de inversión de 540.887.750.

Tabla 67 estados de resultado

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS	583.517.599	595.187.951	607.091.710	619.233.544	631.618.215
COSTOS DEL SERVICIO	259.004.064	277.814.295	298.110.060	320.017.984	343.676.156
UTILIDAD BRUTA	324.513.535	317.373.656	308.981.650	299.215.560	287.942.060
GASTOS OPERACIONALES					
ADMNISTRACION	131.006.724	138.483.864	146.549.910	155.254.946	164.653.580
VENTAS	12.032.045	12.708.246	13.422.449	14.176.791	14.973.527
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	143.038.769	151.192.110	159.972.359	169.413.737	179.627.107
UTILIDAD OPERACIONAL	181.474.767	166.181.546	149.009.291	129.783.824	108.314.953
OTROS INGRESOS					
OTROS EGRESOS	5.830.770	4.734.273	3.604.003	2.438.922	1.237.956
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	175.643.997	161.447.213	145.405.288	127.344.902	107.076.997
IMPUESTO RENTA	57.962.519	53.277.600	47.983.745	42.023.818	35.335.409

UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	117.681.478	108.169.673	97.421.543	85.321.084	71.741.588
RESERVA LEGAL	11.768.148	10.816.967	9.742.154	8.532.108	7.174.159
UTILIDAD NETA	105.913.330	97.352.706	87.679.388	76.788.976	64.567.429

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

En el estado de resultados se observa que los ingresos en el año 1 son de 583.517.599, mientras que en año 5 son de 631.618.215 los costos por el servicio en el año 1 son de 259.004.064 y para el año 5 de 343.676.156 y la utilidad bruta para el año 1 es de 324.513.535, en el año 5 son de 287.942.060, y por último la utilidad neta al finalizar el año 1 teniendo en cuantos gastos, la reserva legal y otros es de 105.913.330 y en año numero 5 es de 64.567.429.

Tabla 68 Estado flujo de efectivo

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO					
AÑOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS DE EFECTIVO					
INGRESOS	583.517.599	595.187.951	607.091.710	619.233.544	631.618.215
EGRESOS DE EFECTIVO					

COSTOS DEL SERVICIO	259.004.064	277.814.295	298.110.060	320.017.984	343.676.156
GASTOS OPERACIONALES					
ADMNISTRACION	103.237.740	110.714.880	118.780.927	127.485.962	136.884.596
VENTAS	12.032.045	12.708.246	13.422.449	14.176.791	14.973.527
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	115.269.785	123.423.126	132.203.376	141.662.753	151.858.123
GASTOS FINANCIEROS	5.830.770	4.734.273	3.604.003	2.438.922	1.237.956
ABONOS AL CREDITO	35.600.557	36.697.055	37.827.324	38.992.405	40.193.371
IMPUESTO DE RENTA		57.962.519	53.277.600	47.983.745	42.023.818
TOTAL EGRESOS DE EFECTIVO	415.705.176	500.631.268	525.022.363	551.095.809	578.989.423
EFECTIVO NETO	167.812.423	94.556.683	82.069.347	68.137.735	52.628.792
EFECTIVO INICIAL	402.042.833	569.855.255	664.411.939	746.481.286	814.619.021
EFECTIVO FINAL	569.855.255	664.411.939	746.481.286	814.619.021	867.247.812

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

De acuerdo a la tabla de flujo de efectivo se analiza que los ingresos en el año 1 son de 583.517.599, mientras que en año 5 son de 631.618.215, los costos por el servicio en el año 1 son de 259.004.064 y para el año 5 de 343.676.156, en los gastos de administración

el valor es de 103.237.740 en año 1 y en el año 5 asciende a 136.884.596 , en el total de egresos en efectivo para el año uno es de 415.705.176 mientras que para el año 5 es de 578.989.423, respecto al efectivo final se observa que es de 569.855.255 en el año número 1 y ya para el año 5 es de 867.247.812.

Tabla 69 Balance general

BALANCE GENERAL						
	INICIAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA	402.042.833	569.855.255	664.411.939	746.481.286	814.619.021	867.247.812
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	402.042.833	569.855.255	664.411.939	746.481.286	814.619.021	867.247.812
ACTIVO NO CORRIENTE						
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	128.789.405	103.031.524	77.273.643	51.515.762	25.757.881	-
OTROS	7.546.800	7.546.800	7.546.800	7.546.800	7.546.800	7.546.800
MUEBLES Y ENSERES	4.502.000	4.502.000	4.502.000	4.502.000	4.502.000	4.502.000
MAQUINARIA	92.924.605	92.924.605	92.924.605	92.924.605	92.924.605	92.924.605
EQUIPOS	23.816.000	23.816.000	23.816.000	23.816.000	23.816.000	23.816.000
DEPRECIACION ACUMULADA		25.757.881	51.515.762	77.273.643	103.031.524	128.789.405
OTROS ACTIVOS	10.055.513	8.044.410	6.033.308	4.022.205	2.011.103	-
ACTIVOS DIFERIDOS	10.055.513	8.044.410	6.033.308	4.022.205	2.011.103	-

DIFERIDOS	10.055.513	10.055.513	10.055.513	10.055.513	10.055.513	10.055.513
AMORTIZACION		2.011.103	4.022.205	6.033.308	8.044.410	10.055.513
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	138.844.918	111.075.934	83.306.951	55.537.967	27.768.984	-
TOTAL DEL ACTIVO	540.887.750	680.931.189	747.718.889	802.019.253	842.388.004	867.247.812
PASIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
IMPUESTOS POR PAGAR		57.962.519	53.277.600	47.983.745	42.023.818	35.335.409
TOTAL PASIVO CORRIENTE		57.962.519	53.277.600	47.983.745	42.023.818	35.335.409
PASIVO NO CORRIENTE						
OBLIGACIONES FINANCIERAS	189.310.713	153.710.155	117.013.101	79.185.777	40.193.371	- 0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	189.310.713	153.710.155	117.013.101	79.185.777	40.193.371	- 0
TOTAL DEL PASIVO	189.310.713	211.672.674	170.290.701	127.169.522	82.217.189	35.335.409
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	351.577.038	351.577.038	351.577.038	351.577.038	351.577.038	351.577.038
RESERVA LEGAL		11.768.148	22.585.115	32.327.269	40.859.378	48.033.537
UTILIDAD DEL EJERCICIO		105.913.330	97.352.706	87.679.388	76.788.976	64.567.429
UTILIDADES ACUMULADAS			105.913.330	203.266.036	290.945.424	367.734.400

TOTAL DEL PATRIMONIO	351.577.038	469.258.515	577.428.188	674.849.731	760.170.815	831.912.403
TOTAL DEL PASIVO MAS PATRIMONIO	540.887.750	680.931.189	747.718.889	802.019.253	842.388.004	867.247.812

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Respecto al balance general se observa que en caja inicialmente se tendrá 402.042.833 igual que el activo corriente , en el año 1 569.855.255 en caja y en activo corriente y en el año 5 es de 867.247.812, teniendo en cuenta los muebles y enseres , la depreciación de cada uno de ellos, la utilidad del ejercicio el capital social y otros, se observa que el total del patrimonio inicial es de 351.577.038, en el año1 es de 469.258.515 y en el año 5 es de 831,912,403 y por último el total del pasivo más patrimonio es de 540.887.750, en el año numero 1 es de 680.931.189 y en año 5 de 867.247.812.

Tabla 70 Análisis financiero

ANALISIS FINANCIERO

CONCEPTO INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ					
LIQUIDEZ (POR CADA PESO QUE DEBE, TIENE X VECES EN ACTIVOS CORRIENTES PARA RESPONDER A SUS DEUDAS DE CORTO PLAZO)	9,8	12,5	15,6	19,4	24,5
LIQUIDEZ INMEDIATA (POR CADA PESO QUE DEBE, TIENE X VECES EN ACTIVOS CORRIENTES, MENOS LOS INVENTARIOS, PARA RESPONDER DE FORMA INMEDIATA	9,8	12,5	15,6	19,4	24,5
ACTIVO CORRIENTE/ACTIVO TOTAL (% DE LOS ACTIVOS QUE CORRESPONDE AL CAPITAL DE TRABAJO, QUE PERMITEN CRECIMIENTO A LA EMPRESA)	83,7%	88,9%	93,1%	96,7%	100,0%
PASIVO CORRIENTE./PASIVO TOTAL (PORCENTAJE DE LAS DEUDAS, QUE DEBE PAGAR EN CORTO PLAZO, SE DEBE REVISAR LA CONFORMACION DE LAS DEUDAS, Y ANALIZAR CAULES PODRÍAN SER DE LARGO PLAZO)	27,4%	31,3%	37,7%	51,1%	100,0%
CAPITAL DE TRABAJO NETO ($) (ES LA DIFERENCIA ENTRE AL ACTIVO CORRIENTE	511.892.736	611.134.339	698.497.541	772.595.203	831.912.403

MENOS EL PASIVO CORRIENTE, ES EL EFECTIVO DISPONIBLE)					

RENTABILIDAD

MARGEN NETO	18,2%	16,4%	14,4%	12,4%	10,2%
MARGEN BRUTO	55,6%	53,3%	50,9%	48,3%	45,6%
MARGEN OPERACIONAL	24,5%	25,4%	26,4%	27,4%	28,4%
RENDIMIENTO DEKL PATRIMONIO (LAS UTILIDADES NETAS QUE % REPORESENTAN SOBRE EL PATRIMONIO)	22,6%	16,9%	13,0%	10,1%	7,8%
RENDIMIENTO DE LA INVERSION: (CADA $1 INVERTIDO EN ACTIVO TOTAL CUANTO GENERA DE UTILIDAD NETA)	15,6%	13,0%	10,9%	9,1%	7,4%

ESTRUCTURA

ENDEUDAMIENTO (% DE LOS ACTIVOS TOTALES SE DEBEN A TERCEROS,)	31,1%	22,8%	15,9%	9,8%	4,1%
ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO (% DE LAS DEUDAS QUE SE VENCEN A MENOS DE UN AÑO)	27%	31%	38%	51%	100%
CARGA FINANCIEA: GASTOS FINANCIEROS / VENTAS NETAS (% DE LAS VENTAS QUE SON DEDICADAS AL CUBRIMIENTO DE GASTOS FINANCIEROS)	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00
PASIVO OBLIG. FCIERAS/UTILIDAD OPERACIONAL (POR CADA PESO QUE SE	0,85	0,70	0,53	0,31	-0,00

DEBE, QUE PORCENTAJE DE UTLIDAD OPERACIONAL SE TIENE PARA RESPONDER)					

PUNTO DE EQUILIBRIO

GASTOS FIJOS	143.038.769	151.192.110	159.972.359	169.431.737	179.627.107
COSTOS VARIABLES	259.004.064	277.814.295	298.110.060	320.017.984	343.676.156
VENTAS	583.517.599	595.187.951	607.091.710	619.233.544	631.618.215
PUNTO EQUILIBRIO (VENTAS MINIMAS PARA NO PERDER O GANAR)	257.202.334	283.538.726	314.316.054	350.642.910	394.022.855
MARGEN DE SEGURIDAD (% MAXIMO QUE DEBEN DISMINUIR LAS VENTAS PARA NO GANAR NI PERDER)	55,92%	52,36%	48,23%	43,37%	37,62%
PE: % SOBRE LAS VENTAS PROYECTADAS	44,08%	47,64%	51,77%	56,63%	62,38%
TIEMPO EN QUE SE ALCANZA EL PE (MESES)	5	6	6	7	7

Fuente: Simulador financiero Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Respecto al concepto liquidez se observa que en el año 1 se tiene 9,8 y en año 5 de 24,5 para responder las deudas a corto plazo, liquidez inmediata se tiene en el año 1 se tiene 9,8 mientras que en el año 5 se tiene 24,5 para responder de forma inmediata; en el año 1 el 83,7% y en el año 5 el 100% corresponden al activo corriente , los cuales permiten el crecimiento de la empresa, 27,4% del año 1 hasta el año 5 siendo el 100% pasivo corriente, en esta se observa el porcentaje de la deudas donde se observa cuales pueden pagarse a

corto plazo y analizar cuales podrían pagarse a largo plazo y por último el capital de trabajo en el primer año es de 511.892.736, y para el año 5 de 831.912.403

Respecto a la tabla de la rentabilidad se observa que margen neto en el año 1 es de 18,2% y en año 5 de 10,2%, el margen bruto es de 55,6% en el año 1 y en el año 5 de 45,6%, el margen operacional del negocio en el año 1 es de 24,5%y en el año 5 de 28,4%, el rendimiento del patrimonio es de 22,86 en el año 1 y en al año 5 es de 7,8% lo cual representa las utilidades netas sobre el patrimonio, y por último el rendimiento de la inversión por $1 peso genera en el año 1 el 15,6% y en el año 5 de 7,4% de la utilidad neta.

En la tabla del punto de equilibrio, los gastos fijos corresponden a 143.038.769 en el primer año de la puesta en marcha de la empresa, y en año 5 de 179.627.107, los costos variables son de 259.004.064, en el primer año y en año 5 son de 343.676.156, las ventas en el primer año son de 583.517.599, mientras que en año 5 son de 631.618.215, el punto de equilibrio es de 257.202.334 en el año 1 , y en año 5 de 394.022.855, el margen de seguridad indica que el 55,92% en el año 1 es lo máximo que pueden disminuir las ventas para no ganar ni perder y en año 5 de 37,62%.

9. Conclusiones

- De acuerdo a lo abordado anterior mente se evidencia que el estudio de mercado fue una herramienta importante porque ayudo a conocer las necesidades y expectativas de las mujeres de la ciudad de Popayán de acuerdo al uso de maquillaje, como también a tener un conocimiento más preciso de la competencia indirecta, de esa manera desarrollar estrategias que permitirán darse a conocer en el mercado y por último tener un análisis de las proyección por ventas de cada uno de los productos, evidenciando cual era el más apetecido por su calidad y precio era el kit de maquillaje.
- Del estudio técnico se concluye que el tamaño de negocio está dado por la cantidad de productos totales, es decir, 33.681.000 cosméticos naturales, en los 5 años, la localización para la producción de estos productos se determinó que se situara en el parque industrial, y para la venta en el centro de la ciudad, por ser lugares estratégicos y contar con las características requeridas.
- Se concluye del estudio Legal que la clase de sociedad por acciones simplificadas es la más acertada para la empresa ya que no limita el número de socios y se puede establecer un monto máximo o mínimo de capital y se tiene un control equitativo en la organización, además de que se estableció la misión y visión, valores empresariales que se tiene como empresa, del organizacional se concluye que es el pilar solido de la empresa, porque es donde queda definido los recursos humanos necesarios para la empresa.
- Del estudio financiero se concluye que el punto de equilibrio es de 257.202.334 en el año 1 , y en año 5 de 394.022.855, siendo positivo, es decir que el emprendimiento es factible y rentable.

10. Recomendaciones

Teniendo en cuenta la importancia del presente trabajo de grado y en función de los resultados obtenidos se realizan algunas sugerencias tanto para los estudiantes como para el personal educativo, todo con el fin de lograr el mejoramiento a nivel de contexto educativo, es por ello que se presentan las siguientes recomendaciones:

- A el personal educativo, teniendo en cuenta que para la realización del trabajo de grado se requiere un amplio conocimiento en material contable, sería adecuado dar un nivel más en contabilidad, y de esa manera tener conocimientos más previos para la ejecución del trabajo de grado.
- A los estudiantes, de que es importante desde un inicio plantear objetivos adecuados para que puedan obtener los resultados esperados en su trabajo de grado.

11. Referencias Bibliográficas

Libro

- Erazo R., Et al (2009). Formulación y evaluación de proyectos. Más que un proyecto, un plan de negocios. Colombia.2da edición.

Artículo de revista

- (Ramírez A., (2017), El nuevo ingrediente de la industria cosmética.
- Bernal et al., (2020) Requerimientos legales y de mercado para la línea cosmética a base de cannabis, distribuida en venta directa para Colombia. Universidad EAN.
- Ayala M., (2021). Investigación mixta. Lifeder.
- Ramírez et al., (2020) Informe técnico resultado de investigación percepción del mercado femenino con respecto al uso de los productos cosméticos a base de cannabis, universidad EAN.
- (Spears et al., 1982) Guía para la formulación de proyectos, Fundación UPM.
- Miranda J., (2021). Gestión de proyectos.
- Carpio L, 06 Julio, 2022, Mejor con salud)

Tesis de grado

Documentos de Internet

- Portafolio.,(2022, Abril), ventas directas crecieron al rededor del 5%.Recuperado de https://www.portafolio.co/economia/ventas-directas-crecieron-alrededor-del-5-en-2018-528653

  http://virtual.urbe.edu/tesispub/0088963/cap03.pdf

- Revista salud, visto el (20 marzo) recuperado de https://www.20minutos.es/salud/consultorio-psicologia-atraccion-cunado-hermana-50024 45/

- Salud.,(2020).recuperado de https://www.20minutos.es/noticia/4215756/0/riesgos-usar-demasiado-maquillaje/

- Nueva sociedad (2020). recuperado de https://nuso.org/articulo/america-latina-movimiento-animalista-y-luchas-contra-el-especismo/

- lavanguerdia.,(2022)https://www.lavanguardia.com/vivo/lifestyle/20210225/6250827/cannabis-cosmetica-beneficios.html

  https://mejorconsalud.as.com/cuales-son-reacciones-adversas-cosmeticos-mas-frecuentes/

- Del Río B, 16 Julio, 2019, Cosméticos con cannabis, el último grito beauty.

  https://www.elle.com/es/belleza/cara-cuerpo/a28346722/cosmeticos-con-cannabis-beneficios/

- Revista salud, 2022
- ACOVEDI, 2019

  https://acovedi.org.co/acovedi-la-venta-directa

- (Informe Del Estado Del Medio Ambiente y de Los Recursos Naturales Renovables, 2017)

https://www.andi.com.co/Uploads/Informe%20del%20estado%20del%20ambiente%20y%20los%20recursos%20naturales%20renovables..pdf

- Flórez C, Orihuela R. (2019) UNIVERSIDAD DE LIMA, PERÚ, Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta de producción de cremas faciales a base de moringa

https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/9340

- Agudelo D, Gutiérrez S, (2020), Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de maquillaje a base de extractos naturales en el valle de aburrá.
  https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/31109

- Vega D, Vélez, Londoño D, Vélez A, (2017), Santiago de Cali, Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cremas y exfoliantes 100% naturales en la comuna 17 de la ciudad de Cali.
  https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/505/FUCLG0017384.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rodríguez (2001)

  http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/rosas_r_f/capitulo2.pdf

- Blog, UNTREF, 2022, La importancia del Estudio Organizacional.

  https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/la-importancia-del-estudio-organizacional

- Blog, Farmacia TORRENT, 2022, que un cosmético.

  https://www.farmaciatorrent.com/blog/blog/

- Blog, vagheggi, 2022), Cosméticos naturales.

  https://www.farmaciatorrent.com/blog/blog/

- National institute on drug abuse, 2022
- Herrera J, (2014), formulación de un labial presi.

https://prezi.com/zs7jprmhqlpl/formulacion-del-lapiz-labial/

- Montenegro J, 2012, Reformulación y formulación de sombras para ojos.

https://es.slideshare.net/JuanCamiloMontenegro1/preformulacion-y-formulacion-de-sombras-para-ojo

Anexo

ANEXO N°1

ENCUESTA N°1

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Buen día, somos estudiantes de la institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca de sexto semestre del programa Gestión Empresarial, estamos haciendo un estudio de mercado para conocer e identificar estrategias para la creación de un negocio de cosméticos naturales a base de cannabis en la Ciudad de Popayán

EDAD

- Entre 18 y 27 años
- Entre 28 y 34 años

- Entre 35 y 42 años

OCUPACION

- Estudiante
- Empleado
- Independiente
- Otro

¿USTED UTILIZA PRODUCTOS DE MAQUILLAJE?

- Si
- No

CON QUE FRECUENCIA CONSUME MAQUILLAJE; ¿TODOS LOS DIAS?

- Días laborales
- Dos veces por semana
- Una vez por semana
- Una vez por mes
- Rara ocasión

¿HA TENIDO INCOVENIENTE CON EL USO DE MAQUILLAJE?

- Irritación de piel
- Acné
- Envejecimiento prematuro
- Manchas
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI SU PRODUCTO DE MAQUILLAJE CONTIENE COMPONENTES QUIMICOS O NATURALES?

- Si
- No

¿QUE TIPO DE PRODUCTOS DE MAQUILLAJE UTILIZA CON MAS FRECUENCIA? (orden de prioridad)

- Bases
- Sombras
- Labiales
- Pestañina
- Otro

¿QUE FORTALEZAS OBSERVA DE LOS PRODUCTOS QUE LE OFRECE EL MERCADO?

- Calidad
- Precio
- Atención al cliente
- Presentación

¿QUE DEBILIDADD OBSERVA DE LOS PRODUCTOS QUE LE OFRECE EL MERCADO?

- Calidad
- Precio
- Atención al cliente
- Presentación

¿CONOCE USTED QUE EXISTE PRODUCTOS NATURALES COMO EL CANNABIS PARA DISMINUIR PROBLEMAS EN LA PIEL?

- Si
- No

USTED ESTARIA DISPUESTO, CON PREVIO CONOCIMIENTO, ¿A CONSUMIR MAQUILLAJE A BASE DE CANNABI?

- Si
- No

CON QUE FRECUENCIA LO COMPRARIA

- 1 vez al mes

- 2 veces al mes
- 1 vez al año

¿A QUE PRECIO LO COMPRARIA LOS COSMETICOS A BASE DE CANNABIS?

- 20.000 a 40.000
- 40.000 a 50.000
- 50.000 a 70.000
- Más de 100.000