



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

**PROPUESTA PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA IDEA DE NEGOCIO
DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LABIALES EXFOLIANTES EN
BOGOTÁ**

PRESENTADO POR:

ALEJANDRA DÍAZ DEL CASTILLO

LAURA CORREDOR GÓMEZ

CAMILA POLO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2023

TABLA DE CONTENIDO

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	7
General	11
Específicos	11
PRESENTACIÓN PRELIMINAR DEL PRODUCTO	12
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	13
MISIÓN	13
VISIÓN	14
ANÁLISIS DEL MERCADO COSMÉTICO	14
FILOSOFÍA DE NEGOCIO	17
KNOW HOW	18
CONCEPTO DEL PRODUCTO	18
PRESENTACIÓN DETALLADA DE LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO	18
USO Y MANEJO DEL PRODUCTO	18
LOGO	19
SLOGAN	19
CARACTERÍSTICAS Y COMPORTAMIENTO DEL SECTOR ECONÓMICO	20
ESTUDIO DE MERCADEO-METODOLOGÍA	24
Metodología cualitativa	25

	3
PLAN DE MERCADEO	34
-Estrategias de Distribución	34
Publicidad - Marketing Mix	36
DESCRIPCIÓN BÁSICA DEL PROCESO PRODUCTIVO	38
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA PROPUESTA	45
GASTOS ADMINISTRATIVOS	51
ESTUDIO DE OPERACIONES	55

TABLA DE FIGURAS

ILUSTRACIÓN 1-LABIALES MATICK	11
ILUSTRACIÓN 2-ESTUDIO SECTORIAL	14
ILUSTRACIÓN 3.LOGO MATICKLAB	18
ILUSTRACIÓN 4-TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DE LOS COSMETICOS.....	19
ILUSTRACIÓN 5-FORMULA POBLACIÓN FINITA	26
ILUSTRACIÓN 6- ENCUESTA-GENERO	27
ILUSTRACIÓN 7-ENCUESTA-EDAD.....	28
ILUSTRACIÓN 8-ENCUESTA-NIVEL SOCIOECONÓMICO	28
ILUSTRACIÓN 9- ENCUESTA-INGRESOS MENSUALES	29
ILUSTRACIÓN 10- ENCUESTA- FRECUENCIA CON LA QUE USTED COMPRA PRODUCTOS PARA SUS LABIOS.....	30
ILUSTRACIÓN 11-ENCUESTA-DONDE SUELE COMPRAR PRODUCTOS PARA SUS LABIOS	31
ILUSTRACIÓN 12-ENCUESTA-CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA LABIALES HUMECTANTES	32
ILUSTRACIÓN 13-ENCUESTA- QUE TAN SATISFECHA ESTA CON LOS LABIALES HUMECTANTES DISPONIBLES EN EL MERCADO	33
ILUSTRACIÓN 14-ENCUESTA- CUANTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR POR UN HIDRATANTE DE LABIOS	34
ILUSTRACIÓN 15-ENCUESTA- CUÁL ES TU MARCA FAVORITA DE LABIALES HUMECTANTES	35
ILUSTRACIÓN 16-ENCUESTA- QUE BENEFICIOS BUSCAS AL ELEGIR UN LABIAL HUMECTANTE.....	36
ILUSTRACIÓN 17- ENCUESTA- QUE FACTORES INFLUYEN MÁS EN TU DECISIÓN DE COMPRA DE LABIALES HUMECTANTES	37
ILUSTRACIÓN 18-ENCUESTA- LE GUSTARÍA TENER UN PRODUCTO PARA HIDRATAR SUS LABIOS CON ACTIVOS 10% NATURALES	38
ILUSTRACIÓN 19- MARKETING MIX	42
ILUSTRACIÓN 20-LABIALES MATICK.....	45
ILUSTRACIÓN 21-FLUJOGRAMA MATICKLAB.....	46
ILUSTRACIÓN 22-FLUJOGRAMA MATICKLAB.....	47
ILUSTRACIÓN 23-PLANTA MATICKLAB	48
ILUSTRACIÓN 24- INVERSIÓN DE INFRAESTRUCTURA	51
ILUSTRACIÓN 25-ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA PROPUESTA	52
ILUSTRACIÓN 26- PERFILES DE CARGO.....	56

TABLA DE TABLAS

TABLA 1-DETERMINACIÓN DEL PRECIO FIJO.....	39
TABLA 2-COSTOS DE PRODUCCIÓN	49
TABLA 3-COSTOS DE PRODUCCIÓN	50
TABLA 4-CAPITAL DE TRABAJO	54
TABLA 5- GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	58
TABLA 6-INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO	63
TABLA 7-PRESUPUESTOS-INVERSIÓN INICIAL.....	64
TABLA 8-FLUJO DE CAJA.....	66
TABLA 9-ESTADO DE RESULTADOS.....	69
TABLA 10- RESULTADOS	71

PROPUESTA PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA IDEA DE NEGOCIO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LABIALES EXFOLIANTES EN BOGOTÁ

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Dado al conocimiento adquirido durante los 8 semestres de la carrera de administración de empresas, Alejandra Díaz, Camila Polo y Laura Corredor pretenden poner en práctica cada uno de los conocimientos adquiridos, analizando profundamente la propuesta de negocio de Matick Lab, investigando su mercado y todos los factores externos que se deben tener en cuenta para tener una empresa adecuada en Colombia

Hoy en día tanto hombres como mujeres están cada vez más interesadas en cuidar y reparar su labios que todo el tiempo viven expuestos a los diferentes cambios del clima, el hecho de cuidarlos se ve reflejado desde el punto de vista funcional, estético y emocional, ya que permiten una correcta alimentación, facilitan la comunicación y son aliados esenciales en el ámbito de la belleza. Tener unos labios sanos e hidratados es la fiel muestra de usar unos productos adecuados a cada necesidad y es de vital importancia ya que son parte de nuestra imagen y tienden a definir la armonía de nuestro rostro.

A Pesar de que la gente es consciente del cuidado que debe tener al igual que el resto de la piel del cuerpo no existe alguna tendencia que haga saber el verdadero significado e

importancia de unos labios completamente sanos; esto conlleva a que muchos no sepan el significado de cómo cuidarlos y protegerlos o por qué deberían hacerlo. Según cifras del Diario económico Portafolio dice que “Se experimentó un aumento en la industria del bienestar, alcanzando los \$58.7 billones en el transcurso del 2022. De este total, \$30.4 billones se destinaron a cuidado personal y productos de limpieza. Este crecimiento reflejó un incremento del 9.5% en comparación con las cifras del año 2021, según el informe más reciente proporcionado por la Cámara de Cosmética y Aseo de la Asociación Nacional de Industriales..” (“Bogotá seguirá siendo el epicentro de la industria cosmética en 2023 | Tendencias”)

El mundo del sector cosmético está creciendo y las personas cada vez se inclinan más por lo natural, La industria de la cosmética está experimentando un continuo crecimiento, presentando una amplia variedad de productos en constante expansión. Además, hay una creciente demanda de productos cosméticos con ingredientes naturales en el ámbito de la belleza, lo que está impulsando su popularidad y consumo” (“Visor Redalyc - Diferenças entre cosméticos orgânicos e naturais: literatura esclarecedora para prescritores”)

El presente desarrollo del plan de negocios busca analizar el mercado cosméticos enfocado en el cuidado personal de los labios con la producción y comercialización de labial exfoliante, buscando así satisfacer las necesidades de aquellos hombres y mujeres que quieren verse completamente atractivos en una sociedad como la nuestra. Por otro lado con este análisis queremos analizar la viabilidad del proyecto ofreciendo excelentes activos naturales y orgánicos los cuales logran hidratar los labios a su nivel máximo, adicionalmente buscamos entrar al mercado con un labial completamente innovador que elimina las células muertas y regenera la piel de esta delicada zona los cuales son los labios.

Es importante destacar que este sector cosmético en Colombia se ha convertido a medida del tiempo en uno de los mayores mercados de consumo por las personas, incluso en 2019 el país se destacó como el quinto mercado más grande de cosméticos y productos de cuidado personal en América Latina. 3.058 millones de dólares según El Diario Económico que predice un crecimiento anual del 3,5 por ciento entre 2020 y 2024. (“Bogotá seguirá siendo el epicentro de la industria cosmética en 2023 | Tendencias”)

Cabe resaltar que los clientes hoy en día buscan productos acorde a la situación tanto ambiental como económica en la que estamos, por eso mismo Matick como empresa quiere satisfacer esa necesidad y brindar un producto amigable con el medio ambiente y a un precio asequible para cualquier tipo de cliente, buscando siempre el bienestar, donde puedan sentir que el producto es de calidad y así mismo puedan volverlo parte de su día a día. Ya que al día de hoy la sociedad, sobre todo los millennials se preocupa por su cuidado personal y lo convierten en sí mismo en una necesidad haciendo que tengan que buscar la mejor alternativa para su cuidado. Este es un mercado que a nivel mundial genera mucha demanda haciendo que sean múltiples competidores donde tienes que destacarte y “El objetivo es que Colombia destaque en el mercado internacional, particularmente en Estados Unidos, Europa y Asia, ofreciendo productos distintivos destinados a consumidores que buscan maquillaje, color y tratamiento con ingredientes y envases naturales.” (“Análisis de competitividad del sector cosméticos e Ingredientes naturales”)

Durante el desarrollo de este Plan de negocios se quiere consolidar como tal la marca Matick Lab y se quiere lograr cambiar la mentalidad de todas las mujeres y hombres del país,

dando a conocer que su estética es más que algo visible, porque lo más importante es que se sientan seguros teniendo unos labios realmente sanos, por eso, el labial exfoliante va más allá de los prejuicios, esta creado para que todo tipo de población pueda adquirirlo y noten el cambio en menos de tres días.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad las mujeres se preocupan por su apariencia física, como luce su peinado, sus uñas o su ropa, pero muy pocas se dan cuenta que uno de los mayores detonantes son sus labios. Así mismo hay cierta limitación sobre la importancia y los suficientes cuidados que debe tener cada una de ellas. Tal es el caso que no sabe que los labios son la parte más expresiva del rostro y por lo tanto debe tener atenciones especiales al saber que es una de las partes más expuestas a los cambios climáticos. El mayor problema de esta situación es la poca visibilidad e interés que despierta en cada mujer un tema tan “simple” como el de un labial y por supuesto su alto precio que ofrece una marca de alta gama o muy reconocida.

Según la doctora Laurasitu “Mantener los labios debidamente hidratados no solo mejora su aspecto, sino que también es crucial debido a que la capa de piel que los protege (la epidermis) es notablemente más delgada y delicada en comparación con otras partes del cuerpo. La sobreexposición al frío, al calor o a la radiación solar puede causar daños con mayor facilidad en esta área.” tomado de (“La importancia de la hidratación labial”)

Es por esto que la empresa MATICKLAB S.A.S. ofrece una producción extremadamente innovadora la cual cumple todas las necesidades para la población de Colombia. Radica principalmente en conquistar el corazón de cada mujer por su sencillez y naturalidad de sus

productos, pero lo más importante es que gracias a sus beneficios totalmente naturales y como una fabricación netamente colombiana, le da seguridad a toda una población de que es el labial exfoliante que nunca nadie había podido encontrar si no fuera reconocido y tuviera un alto costo.

La compañía se conoce por su poder adquisitivo de confianza hacia el cliente, como industria se tiene el alto nivel de reconocer su marca no solo por sus excelentes resultados, sino que también por hacerse conocer como una nueva herramienta de enseñanza y cuidados para su rostro, es por esto que como sociedad se garantiza que las mujeres se sientan convincentes y más que eso sepan el qué, y el para qué, deben cuidar su estética resaltando así la parte más expresiva de todo su rostro, sus labios.

OBJETIVOS

GENERAL

Determinar la viabilidad de crear una empresa de comercialización y producción de labiales exfoliantes para las personas que busquen cuidar sus labios, en la ciudad de Bogotá.

ESPECIFICOS

- Analizar un estudio de mercado con el fin de observar las necesidades y preferencias de los habitantes de la ciudad de Bogotá.
- Establecer un estudio técnico con el fin de analizar la viabilidad de MatickLab.
- Establecer la viabilidad financiera del proyecto con el fin de identificar la rentabilidad.

PRESENTACIÓN PRELIMINAR DEL PRODUCTO

Se crea la idea de negocio Maticklab en el año 2018 debido a que (Camila Polo) sufrió de acné crónico y esto hizo que todas las partes de su cuerpo se resecaran por completo centrándose más que todo en sus labios, siempre tenía sus labios resecos, le sangraban y adicional a eso se le caía la piel, esto hizo que comprara muchos productos especializados para labios tan económicos como costosos pero nada le funcionaba, hasta que ella misma tomó la decisión de crear su propia mascarilla natural para que le aliviara el problema que tuviera en sus labios. Así creó su primer producto para labios e inició su ideal de negocio.

Produciendo los productos con ingredientes naturales y distribuyéndolo en Colombia en la ciudad de Bogotá; Maticklab es una idea de negocio cuyo meta principal es impactar en los labios de cada persona y hacerlos tomar conciencia acerca del cuidado de sus labios, concientizarlos a tener una rutina a diario para que puedan disfrutar de unos labios completamente sanos y hermosos

LABIALES MATICK

Figura 1



Ilustración 1-labiales matick

Tomado de: (elaboración propia, 2023)

Maticklab se centra principalmente en el cuidado de los labios es por eso que sus Labiales exfoliantes se enfocan en eliminar las células muertas de sus labios restaurando desde la capa más profunda hasta la exterior de sus labios.

Es un producto 100% natural y orgánico con ingredientes comprados en la plaza de supermercado de Bogotá, pensando en aliviar los problemas más comunes que las personas tienen en sus labios, como la resequedad, descamación, herpes labial entre otras. Maticklab no solo es producto para labios sino que pretende ayudar a que las personas sientan seguridad sobre sí mismas con unos labios completamente sanos

Maticklab es un emprendimiento colombiano completamente artesanal, ubicado en Bogotá. Ofrece productos 100% naturales que ayudan a eliminar las células muertas y regenera la piel, proporcionando alivio y resultados instantáneos de enfermedades comunes como la sequedad, hinchazón, ardor, inflamación, dermatitis y entre otros. Por otro lado, ofrece toda una línea de productos que no solo ayudará a hidratar los labios, sino que también aportará los nutrientes suficientes que necesitan para tener una piel más firme y resistente contra el clima y cualquier otra situación, brindando una sanación por completo

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

MISIÓN

MATICKLAB S.A.S empresa dedicada a la producción y comercialización de productos para labios a base de insumos orgánicos y naturales, contando con un personal capacitado en productos de belleza, para así generar el rendimiento adecuado a la realización del producto, específicamente para satisfacer las necesidades de personas que sufren a diario de problemas en sus labios en la población de Colombia.

VISIÓN

MATICKLAB S.A.S proyecta para el año 2026 posicionarse en Colombia como una de las mejores marcas más competitivas en el mercado de belleza, teniendo fábricas especializadas en la producción de productos para labios, exaltando la calidad e innovación de sus labiales, por medio de la gran cantidad de ventas, contando con el mejor personal capacitado para realizar el producto y posteriormente ser reconocida a nivel de Bogotá como una empresa innovadora, confiable y organizada en la comercialización de éste.

ANÁLISIS DEL MERCADO COSMÉTICO

Se evidencia que Colombia desde el año 2015 hasta el 2018 es líder en exportaciones de cosméticos, según estudio sectorial de la cámara de comercio se encuentra de los 10 países

Figura 2

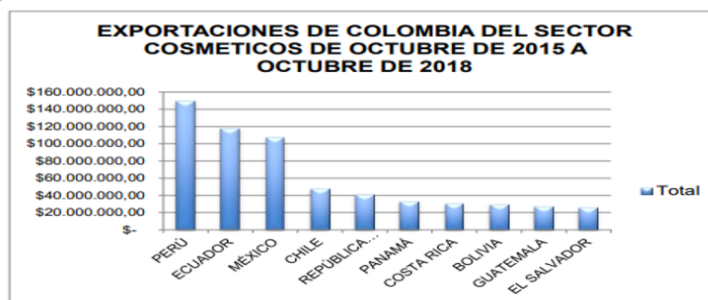


Ilustración 2-Estudio sectorial

Tomado de: (Estudio sectorial cosmético Cámara de Comercio)

“La industria cosmética continúa siendo la más dinámica en el ámbito de Internet, el canal de comunicación más amplio. En este sentido, las empresas del sector apuestan por generar experiencias, llevar a cabo estrategias de comercialización y fomentar la fidelización a través de sus plataformas en línea y redes sociales, donde buscan establecer una conexión más estrecha con el consumidor final. Esto ha resultado en una disminución en el tráfico de consumidores en los puntos de venta físicos. Este cambio se atribuye, en gran medida, a las preferencias de las nuevas generaciones, especialmente los Millennials, quienes basan sus decisiones de compra en recomendaciones y experiencias con las marcas, en lugar de compras impulsivas.

El mercado cosmético está orientado hacia la sostenibilidad, con un enfoque en el desarrollo de productos más respetuosos con el medio ambiente. Esto implica el uso de ingredientes orgánicos y eco-amigables, lo que refleja la creciente conciencia de los compradores sobre la importancia de cuidar tanto de su piel como del entorno. Se proyecta que para el año 2022, el sector cosmético alcance una facturación superior a los 430.000 millones de dólares, con

una tasa anual de crecimiento del 4,3%. La tendencia se inclina hacia productos que inspiren lo natural y orgánico.

Es relevante destacar que cada vez más, el público masculino muestra un mayor interés e involucramiento en productos de cosmética, como cremas hidratantes y antienvjecimiento. Esta tendencia representa una franja en crecimiento en el sector que los empresarios deben tener en cuenta.”. Según estudio sectorial cosmético de la Cámara de comercio.

Nuestro Mercado está dirigido al de cosmético y cuidado personal, como lo mencionamos anteriormente en Colombia se ha convertido a medida del tiempo en uno de los mayores mercados de consumo por las personas, incluso en 2019 el país se destacó como el quinto mercado más grande de cosméticos y productos de cuidado personal en América Latina. 3.058 millones de dólares según El Diario Económico que predice un crecimiento anual del 3,5 por ciento entre 2020 y 2024. (“Bogotá seguirá siendo el epicentro de la industria cosmética en 2023 | Tendencias”)

Por otro lado según Valora Analitik, de acuerdo con un estudio comisionado por Google a la firma Offerwise en 2023, el 73 % de los usuarios en Colombia realiza más compras en línea hoy que antes de la pandemia; y entre las categorías se encuentra la de cosméticos y belleza, generando así que Colombia sea el cuarto en este sector a nivel Latinoamérica. Matick Lab por su cuenta busca entrar a este mercado a enfrentarse con grandes marcas pero su diferenciaron está basado en que cada uno de sus productos está hecho a base de productos naturales y no testeado en animales lo que le permite destacar, ya que como bien sabemos hoy en día la gente se

preocupa más por el cuidado del medio ambiente y por tener a la mano productos sostenibles a un precio razonable. (Neira, 2023)

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, TÁCTICOS Y OPERACIONALES

- **Innovación y desarrollo de productos:** Introducir al menos dos nuevos productos de labiales humectantes cada año para mantener la frescura de la oferta y responder a las tendencias del mercado.
- **Rentabilidad financiera:** Aumentar los ingresos anuales en un 12% durante los próximos dos años a través de estrategias de precios, promociones y diversificación de canales de venta.
- **Marketing y branding:** Fortalecer el reconocimiento de marca aumentando la presencia en redes sociales y la inversión en campañas publicitarias.
- **Calidad y satisfacción del cliente:** Aumentar el índice de satisfacción del cliente durante los próximos meses a través de una atención al cliente excepcional y la resolución efectiva de problemas.

FILOSOFÍA DE NEGOCIO

Maticklab es una marca que quiere ir a otro nivel, resalta sus pilares fundamentales que son el amor, la disposición por el verse bien y ante todo la seguridad que genera en cada uno de sus productos, también quiere agregar este sentido de naturalidad en cada mujer, hacerla sentir especial y muy hermosa, que ame su cara y aún más sus labio. Por otro lado, tiene valores

arraigados a la marca los cuales se resaltan en sostenibilidad ambiental, empatía, gentileza y agradecimiento, para la marca es parte fundamental la opinión de los clientes y la importancia de la belleza natural.

KNOW HOW

La propuesta de Valor de Maticklab es ofrecer un producto con activos 100% NATURALES que mejore la piel de los labios y que restaure desde la capa inferior hasta la externa de la piel trayendo unos labios completamente fuertes y sanos sin dependencia del producto.

CONCEPTO DEL PRODUCTO

PRESENTACIÓN DETALLADA DE LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

- Producto 100% NATURAL, no tiene derivados del petróleo ni tampoco activos químicos que pueda afectar la salud de los labios.
- No apto para niños menores de 3 años, debido a que podrían intoxicarse por los ingredientes del producto.
- Labial exfoliante, esto quiere decir que hidrata los labios y a la vez los exfolia sin ninguna contraindicación.
- Es un producto biodegradable, no contamina al medio ambiente
- No es un tipo de producto comedogénico.
- Si produce alergia dejar de aplicarlo y tomar mucha agua.

USO Y MANEJO DEL PRODUCTO

El labial exfoliante se recomienda dejarlo a baja temperatura para que no pierda sus beneficios ni sus nutrientes, se usa a diario para mayor hidratación y sanación en los labios, no tiene contraindicaciones ya que al ser un producto natural no genera dependencia y no es común que genere alguna alergia.

MARCA

MATICKLAB

LOGO

Figura 3



Ilustración 3. Logo maticklab

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

SLOGAN

“Verte bien, sentirse mejor”

MODELO DE NEGOCIO

Maticklab es un emprendimiento que produce artesanalmente productos para labios con activos 100% naturales y los comercializa a través de Instagram, Facebook, WhatsApp Business y Business To Customer (se venden en la universidad, familia y amigos cercanos)

La experiencia de compra del cliente es una experiencia óptima y muy práctica la cual puede hacerlo desde su celular hablando directamente al número de Maticklab y/o a mensajes directos por Instagram, una vez se haya iniciado la conversación se da la opción de compra directamente y después de haber tomado el pedido se entrega el pedido después dentro de 2 a 4 días hábiles.

CARACTERÍSTICAS Y COMPORTAMIENTO DEL SECTOR ECONÓMICO

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DEL SECTOR DE LOS COSMÉTICO

Figura 4

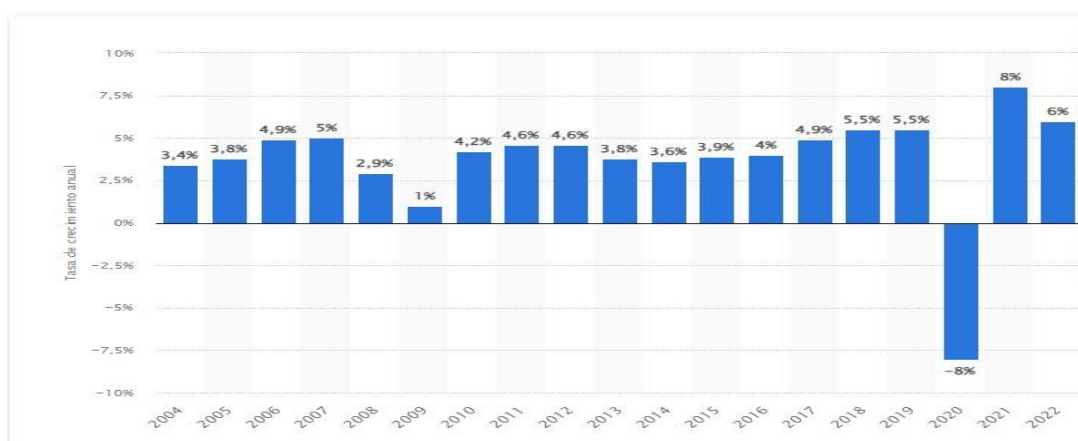


Ilustración 4-tasa de crecimiento anual de los cosmeticos

Fuente: (Orús)

El tamaño estimado del mercado cosmético mundial se situó en torno a los 262.200 millones en 2022 y las previsiones apuntan a un constante crecimiento en el próximo septenio. A fin de cuentas, y si bien el maquillaje, los perfumes y artículos similares han formado parte de la sociedad desde tiempos remotos, ha sido recientemente cuando se ha experimentado un auge del uso de este tipo de productos, especialmente en el caso de los dedicados al cuidado de la piel. De hecho, sólo en 2022, estos últimos supusieron algo más del 40% de las ventas de la industria cosmética global y parecen afianzarse de esta forma como el principal generador de ingresos dentro del sector. Por regiones, son Norteamérica y Asia del Norte las que claramente dominan el negocio. Concretamente, entre las dos engloban ya el 60% del mercado (Orús).

“La inversión que se ha hecho en este sector es representativa pues en los últimos 3 años se han inyectado más de US\$ 300 millones. Esto con el fin de fortalecerlo en temas de producción, innovación, distribución, etc” (“Sector de Cosméticos en Colombia”). Según la red de oficinas económicas y comerciales de España en el exterior Estudio sobre el mercado de la belleza y cuidados personales (cosmética) en Colombia (datos 2015-2020). Colombia es el cuarto mercado de belleza y cuidado personal de Latinoamérica con unas ventas en 2019 que ascienden a 2,73 miles de millones de EUR y un crecimiento estimado igual al 11,60 % en los próximos tres años. Es un sector estratégico para el gobierno. Bogotá, principal centro de producción y distribución de cosméticos de Colombia, concentra el 61 % de las empresas del sector.

El sector económico de los labiales forma parte de la industria de la belleza y la cosmética, y es un componente importante de la economía global. Aquí hay algunas características y comportamientos clave de este sector:

- **Productos Diversificados:** El sector de los labiales incluye una amplia gama de productos, desde labiales tradicionales en barra hasta brillos labiales, tintes, bálsamos y productos especiales como labiales mate, de larga duración, y más. Esta diversificación permite a las empresas satisfacer una variedad de preferencias y necesidades de los consumidores.
- **Tendencias de la Moda:** El sector de los labiales está fuertemente influenciado por las tendencias de la moda y la belleza. Los colores y acabados populares pueden cambiar estacionalmente, lo que afecta las ventas y la demanda de productos específicos.
- **Marketing y Publicidad:** Las compañías que se mueven en este sector trabajan de la mano con la social media, ya que es una de sus mayores fuentes de ingreso y por ende hacen la mayor inversión en este medio.
- **Investigación y Desarrollo:** La innovación y la investigación son importantes en este sector. Las empresas buscan constantemente desarrollar fórmulas mejoradas, ingredientes naturales y productos que ofrezcan beneficios adicionales, como hidratación, restauración o protección solar y que sea amigable con el medio ambiente, el incremento en la demanda de productos cosméticos naturales o verdes se debe a la preocupación de las personas por los temas de conservación y desarrollo sostenible (Del Arco e Ibáñez, 2020).
- **Competencia:** La competencia en el mercado de los labiales es intensa, con numerosas marcas compitiendo por la atención de los consumidores. Esto a menudo resulta en una variedad de opciones para los compradores y presión

constante para mantener la calidad y la innovación. (“Análisis del proceso de la decisión de compra de cosméticos basados en productos naturales de la ciudad de Medellín y su Área”) Sin embargo, un sector de los consumidores cada vez mayor está demandando productos más sanos y que tengan un impacto negativo menor sobre el ambiente (Matić y Puh, 2016; Faccio, 2020)

- Sensibilidad al Precio: A pesar de la amplia gama de productos disponibles, los consumidores suelen poner atención al precio en este sector ya que buscan que la inversión no sea tan alta pero que a la vez se estén llevando un buen producto así mismo las marcas ofrecen labiales de diferentes rangos de precio para atraer a diferentes segmentos del mercado. (“Sector de Cosméticos en Colombia”)

Este mundo de los cosméticos tilda a generar ingresos mayores a 800.000 millones de dólares este 2023, ya que el cuidado personal es cada vez más una primera necesidad para la sociedad, convirtiéndolo así en un gasto indispensable, superando así las ventas del 2017 que fueron de 513.000 millones de dólares, a esto se le da la explicación ya mencionada, y es que los catalizadores principales son “el aumento de la esperanza de la vida” y “las nuevas generaciones” esto quiere decir que la sociedad busca verse cada día mejor y por eso acude a distintos productos que le puede llegar a ofrecer el mundo de los cosméticos, y por el otro lado de las nuevas generaciones han aumentado sus ventas ya que a través del marketing publicitario ellos pueden acceder a sus productos con tan solo un click. Los millennials utilizan más de 6, 06 productos cosméticos al día, eso quiere decir que más de 2.000 millones de personas recurren a estos productos

haciendo que su demanda sea muy alta y que ofertante tenga que saber innovar cada vez más para ese cliente que busca cada vez más productos orgánicos, que sean amables con el ambiente, que no contengan químicos que alteren el ph de la piel y demás (Gaspar)...

En conclusión el mercado de los cosméticos, que en este caso son los labiales, es un mercado muy competitivo y las marcas tienen que hacer una muy buena segmentación para saber a qué público pueden dirigirse, por lo tanto Matick busca resaltar en este sector y que su nicho de mercado nos elija tanto por su calidad, presentación (empaquete), practicidad en cuanto a su aplicación, precio y su innovación ya que es a base de productos naturales y cabe mencionar que cada vez más el género masculino está más involucrado e interesado en productos de cosmética como lo son en hidratantes para los labios. Tomado de: (“Análisis de competitividad del sector cosméticos e Ingredientes naturales”)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA SOCIAL, DEMOGRÁFICA, ECONÓMICA Y CULTURAL

Demanda social

Por el lado de la demanda social nuestro enfoque está en estratos 3 y 4 y como lo vemos en las encuestas el 75.7% pertenece a este nivel socioeconómico y nos enfocamos principalmente en personas que quieran una hidratación duradera con un 61.6% de los encuestados con precios que oscilan desde \$10.000 hasta \$15.000 que fue un 43.3% de personas.

Demanda demográfica

En cuanto a la edad nos enfocamos en personas de 18 a 24 años el cual fue el porcentaje más alto en las encuestas con un 39.2% , con relación al género, es femenino principalmente con un 83.8% y los ingresos de nuestro nicho en general oscilan entre \$1.500.000 a \$2.500.000 con un 52.1%.

Demanda económica

Los clientes de Maticklab presentan un rango salarial entre \$1,500,000 y \$2,500,000, situándose en el nivel socioeconómico (3-4). Esta demografía específica busca activamente un labial en el mercado que ofrezca una hidratación duradera, y están dispuestos a invertir entre \$10,000 y \$15,000 por dicho producto.

Demanda cultural

De acuerdo al análisis de las encuestas que se realizaron anteriormente la mayoría de los consumidores usualmente compran cada mes un hidratante de labios y usualmente compran productos para los labios en distribuidoras de belleza, es importante resaltar que nuestros posibles consumidores utilizan hidratante de labios a diario esto quiere decir que necesitan un producto que tenga como duración de uso mínimo 1 mes y que fácilmente se pueda encontrar en las distribuidoras de belleza.

ESTUDIO DE MERCADEO-METODOLOGÍA

La metodología que vamos a manejar está basada en la descriptiva ya que analizaremos cada uno de los puntos sobre la creación de la marca Matick Lab con el fin de que sea viable y se cumplan cada uno de los objetivos establecidos. Según Sampieri, este método tiene como

objetivo medir y evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así –y valga la redundancia- describir lo que se investiga”. Fuente: (“Planteamiento del problema: objetivos, preguntas de investigación y justificación del estudio”)

Otro autor como lo es Hernández, Fernández, y Baptista dicen que la investigación descriptiva tiene como objetivo principal presentar la información de manera clara, mostrando la situación tal y como se presenta en el momento de la investigación. Este método implica llevar a cabo un análisis, interpretación, descripción, impresión y evaluación de los elementos que se buscan investigar. Fuente: (“94 CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO 1. TIPO DE INVESTIGACIÓN”). Esto hace referencia a que por medio del análisis que realizaremos el cual describiremos más adelante, vamos a cumplir con unos objetivos lo que nos va a permitir el correcto desempeño de Matick Lab y con los cuales se le hará frente a nuestros diversos competidores y las opciones que ellos le ofrecen a su nicho de mercado.

La forma en que vamos a comenzar a medir es con un estudio de mercado y analizando nuestra competencia que ofrezca productos labiales con ingredientes 100% naturales, además que se basen en cuidar y humectar los labios a largo tiempo. Otra forma en que mediremos es con estudios financieros ya que estos nos permiten tener un concepto más claro del presupuesto que se debe tener y una proyección de ventas con el fin de analizar su viabilidad. Estos dos aspectos son claves dentro de este plan de negocios ya que permite analizar de forma cuantitativa y cualitativa. Metodología cualitativa.

FORMULA TAMAÑO DE MUESTRA POBLACIÓN FINITA

Figura 5

$$\frac{Z^2 X p (1 - p)}{e^2}$$

$$\frac{1 + (Z^2 x p (1 - p))}{e^2 N}$$

$$\frac{169,000^2 X 1,65 (1 - 1,65)}{10\%^2}$$

$$\frac{1 + (169,000^2 x 1,65 (1 - 1,65))}{10\%^2 N}$$

Ilustración 5-Formula población finita

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Como resultado del tamaño de la muestra nos dio, 68.04, esto quiere decir que nuestro producto es propositivo al éxito, haciendo un 90% de éxito y un 10% al fracaso, siendo así, nos dirigiremos a población de chapinero que habitan 169.000 personas siendo así que nuestro población finita sean 69 personas teniendo así un margen de error del 10%

En segunda instancia realizamos una encuesta más específica con el fin de conocer un poco más nuestro nicho de mercado, sus gustos y principales necesidades a continuación se verán resultados correspondientes

Figura 6

Género:
74 respuestas

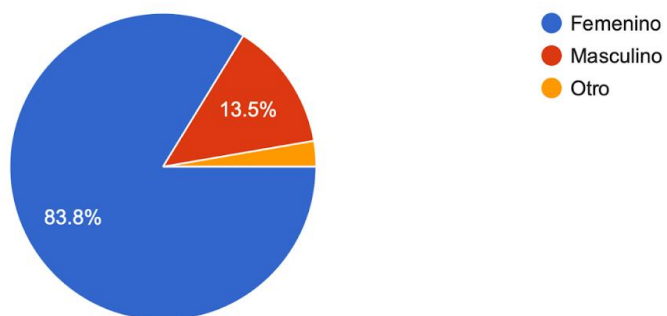


Ilustración 6- Encuesta-Genero

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Se infiere que el 83% de la población encuestada es de sexo femenino mientras que solo el 13,5% es masculino, eso quiere decir que el mayor público objetivo son las mujeres.

Figura 7

Edad

74 respuestas

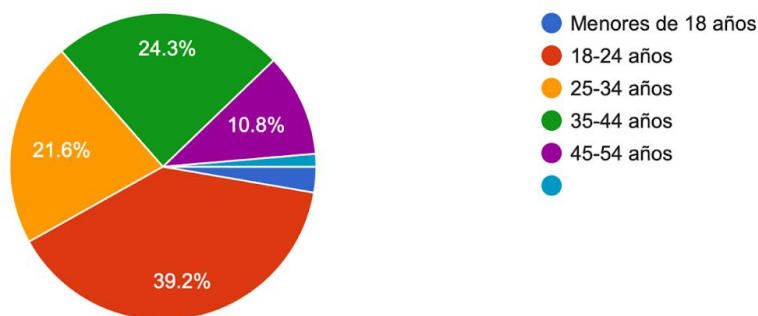


Ilustración 7-Encuesta-Edad

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Se puede evidenciar que el 39,2% de la población encuestada está dentro de la edad de 18 a 24 años, mientras que un 24,3% tiene alrededor de 35 a 44 años, el 21,6% es de 35 a 44 años y un 10,8% es de 45 a 54 años. Gracias a lo anterior se deduce que nuestro público objetivo se encuentra dentro de la edad de 18 a 24 años.

Figura 8

Cuál es su nivel socioeconómico?
74 respuestas

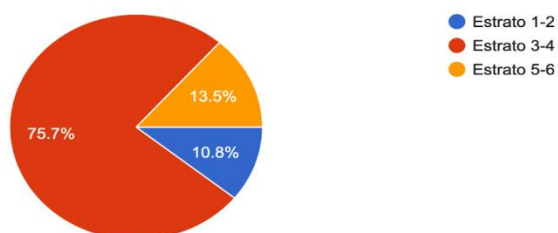


Ilustración 8-Encuesta-Nivel socioeconómico

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Gracias a lo anterior se deduce que el 75,7% de la población encuestada tiene un nivel socioeconómico entre el estrato 3 y 4, le sigue con un 13,5% entre estrato 5 y 6 y con un 10,8% viven en estrato 1 y 2. Esto quiere decir que el público objetivo se encuentra en un nivel socioeconómico entre el estrato 3 y 4.

Figura 9

Sus ingresos mensuales varían entre:
73 respuestas

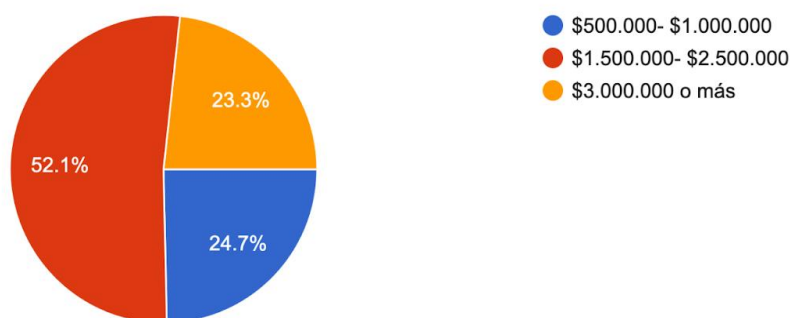


Ilustración 9- Encuesta-Ingresos Mensuales

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Se infiere que el 52,1% de la población encuestada tiene un salario entre \$1,500,000 a \$2,500.000, un 24,7% gana alrededor de \$500.000 y \$1,000.000 y un 23,3% tiene un salario de \$3,000.000 y más, se deduce que nuestro nicho ideal tiene ingresos entre \$1,500.000 a \$2,500.000.

Figura 10

Con cuanta frecuencia usted compra productos para sus labios?

74 respuestas

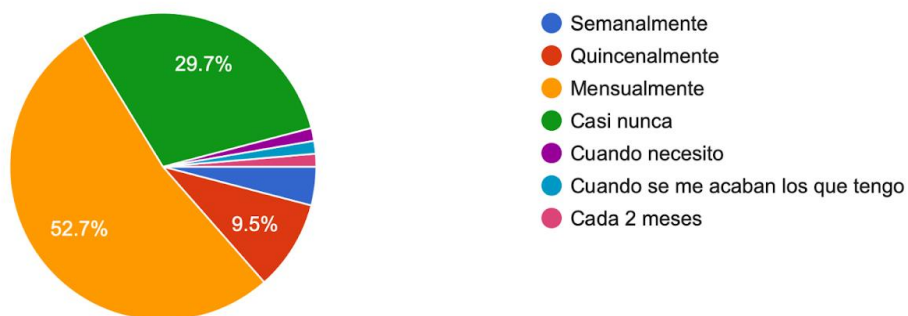


Ilustración 10- Encuesta- Frecuencia con la que usted compra productos para sus labios

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Se evidencia que el 52,7% de la población adquiere productos para el cuidado de sus labios de manera mensual, mientras que un 29,7% realiza estas compras de forma quincenal. Además, un 9,5% de la población indica que rara vez adquiere este tipo de productos.

Figura 11

Dónde suele comprar productos para sus labios?

73 respuestas

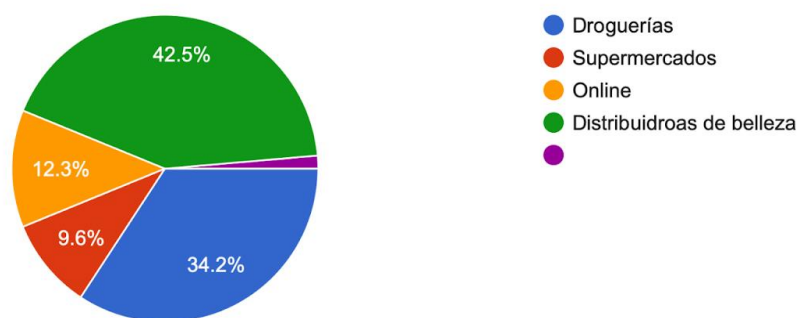


Ilustración 11-Encuesta-Donde suele comprar productos para sus labios

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Es perceptible que el 42,5% de los encuestados tiende a adquirir sus productos labiales en distribuidoras de belleza, seguido por un 34,2% que prefiere comprarlos en droguerías. Un 12,3% opta por realizar sus compras en línea, mientras que un 9,6% elige adquirir estos productos en supermercados.

Figura 12

¿Con qué frecuencia usas labiales humectantes?

74 respuestas

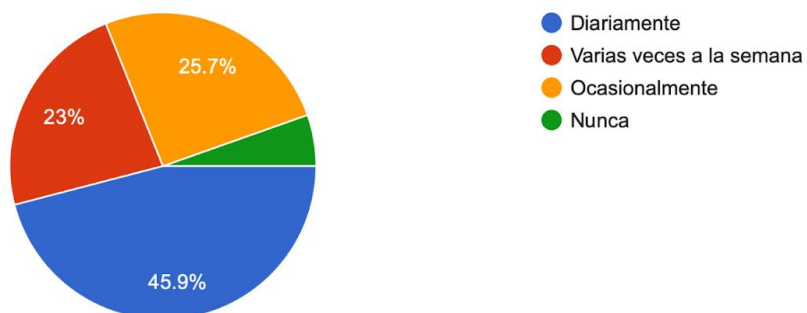


Ilustración 12-Encuesta-Con qué frecuencia utiliza labiales humectantes

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

La población encuestada muestra que el 45,9% utiliza un labial humectante a diario, mientras que un 25,7% lo utiliza de forma ocasional. Además, un 23% de los participantes indica que utiliza labial varias veces a la semana

Figura 13

En una escala del 1 al 10, ¿qué tan satisfecha estás con los labiales humectantes disponibles en el mercado?

73 respuestas

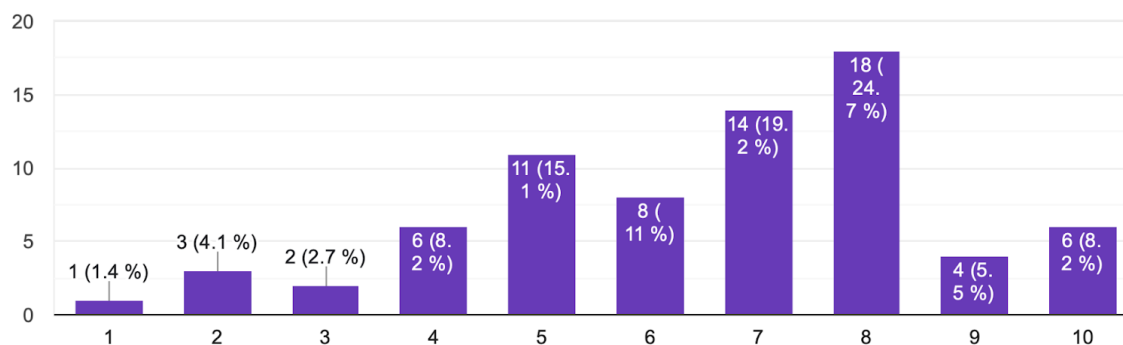


Ilustración 13-Encuesta- Que tan satisfecha esta con los labiales humectantes disponibles en el mercado

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

En una escala del 1 al 10, el 8,2% de los encuestados manifiesta estar completamente satisfecho con los productos disponibles. Un 5,5% se encuentra satisfecho pero no del todo. Mientras que el 24,7% expresa estar satisfecho con los productos en el mercado, aunque experimenta ciertas incomodidades. Un 19,2% no está totalmente satisfecho, aunque los productos les funcionan. Por otro lado, el 11% indica que los productos no les funcionan muy bien. Un 15,11% se muestra inconforme con los labiales humectantes disponibles en el mercado, y un 16,4% manifiesta no gustarle los productos de esta categoría que ofrece el mercado.

Figura 14

Cuánto está dispuesto a pagar por un hidratante de labios?

74 respuestas

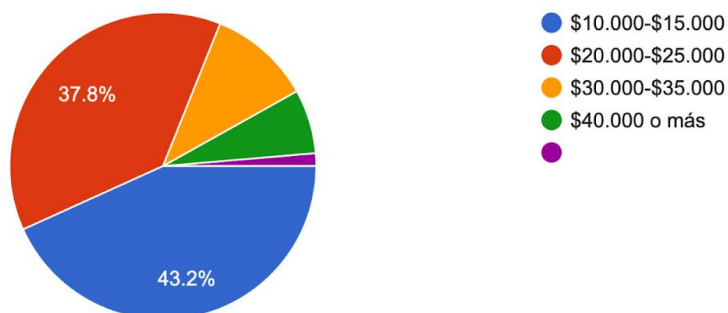


Ilustración 14-Encuesta- Cuanto está dispuesto a pagar por un hidratante de labios

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

El 43,3% de la población encuestada indica estar dispuesto a gastar un máximo de entre 10.000\$ y 15.000\$, mientras que un 37,8% expresaría disposición a gastar en el rango de entre 20.000\$ y 25.000\$.

Figura 15

¿Cuál es tu marca favorita de labiales humectantes?

59 respuestas

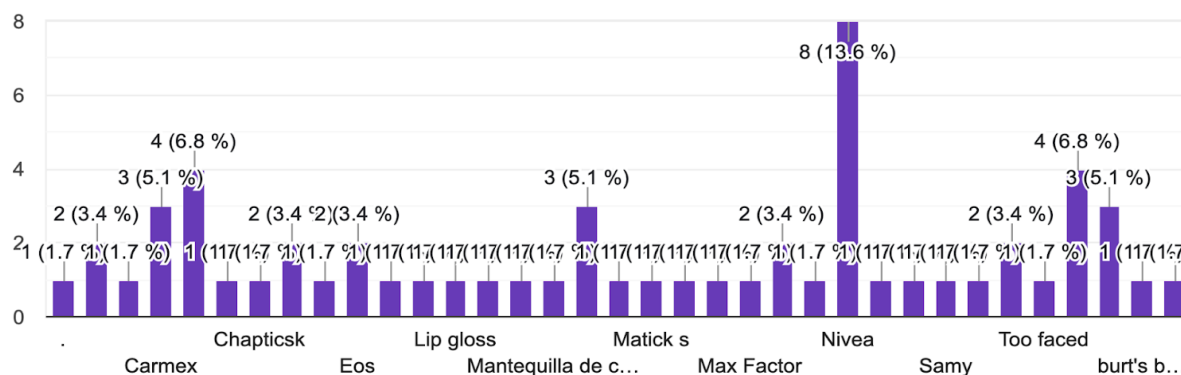


Ilustración 15-Encuesta- cuál es tu marca favorita de labiales humectantes

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

En esta encuesta, se destaca que la marca preferida en nuestra población es NIVEA, seguida de cerca por CARMEX. Además, se observa que los productos más naturales, como la Mantequilla de Cacao, también reciben una apreciación significativa por parte de los encuestados. Y las marcas con menos preferencia son Chapstick, Lip Gloss, Max Factor, Too Faced, Eos y Samy.

Figura 16

¿Qué beneficios buscas al elegir un labial humectante?

73 respuestas

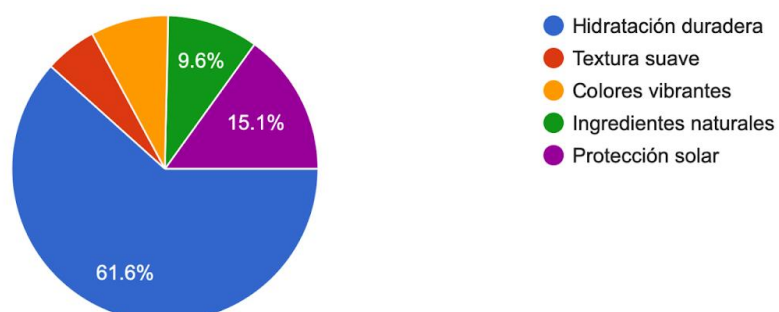


Ilustración 16-Encuesta- Que beneficios buscas al elegir un labial humectante

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Podemos concluir que en 61.6% de las encuestas analizadas buscan una hidratación duradera en cuanto a los labiales, además el 15.1% busca una protección solar para el cuidado de sus labios.

Figura 17

¿Qué factores influyen más en tu decisión de compra de labiales humectantes? (Puedes seleccionar múltiples opciones)

74 respuestas

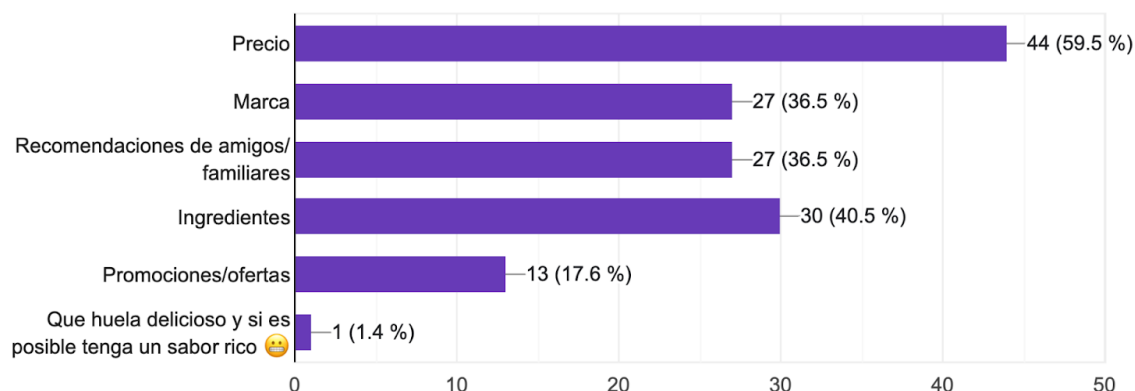


Ilustración 17- Encuesta- Que factores influyen más en tu decisión de compra de labiales humectantes

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

El 59,5% de los encuestados destaca que el factor determinante al momento de la compra de labiales es el precio. Un 36,5% toma decisiones basadas en la marca, mientras que otro 36,5% se guía por recomendaciones de amigos y familiares. Además, el 40,5% de la población presta atención a los ingredientes presentes en los labiales al tomar su decisión. Un 17,6% se deja influenciar por promociones vigentes, y un 1,4% valora principalmente el buen olor y sabor delicioso de los productos.

Figura 18

Le gustaría tener un producto para hidratar sus labios con activos 100% naturales?

74 respuestas

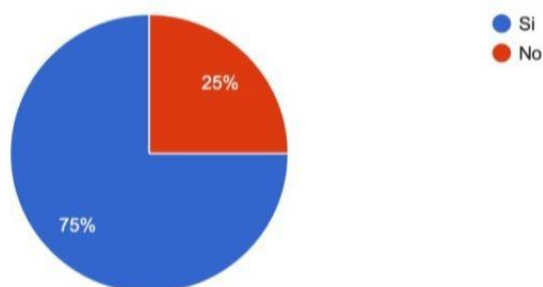


Ilustración 18-Encuesta- Le gustaría tener un producto para hidratar sus labios con activos 10% naturales

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Identificamos que los hábitos de consumo son que las personas compran cada mes un producto para labios, que la mayoría suele comprar en distribuidoras de belleza y usan diariamente un hidratante de labios, están dispuestos a pagar entre \$20.000 y \$25.000 y lo que más les interesa es buscar que el producto tenga una hidratación duradera.

Compran un producto para sus labios por el precio y los ingredientes que contenga el labial y definitivamente si les gustaría tener un producto para hidratar sus labios con activos 100% naturales.

DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Tabla 1-Determinación del
precio fijo

Labial Exfoliante de Cafe		Labial exfoliante Vitamina E	
Concepto	Valor	Concepto	Valor
Envase	\$342.02	Envase	\$342,02
Etiqueta	\$87.30	Etiqueta	\$87,30
Vaselina	\$230.77	Vaselina	\$230,77
Cafe	\$100.09	Quimicos	\$100,00
Caja	\$83.33	Caja	\$83,33
Mano de Obra	\$1,550.00	Mano de Obra	\$1.550,00
Total	\$2,393.51	Total	\$2.393,42

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Para la determinación del precio de los dos productos que manejamos, se tuvo en cuenta lo que las encuestas arrojaron por lo tanto se buscó labiales hidratantes de larga duración, con un precio asequible y para uso principalmente de mujeres.

PLAN DE MERCADEO

-Estrategias de Distribución

Establecer un sitio web que direcciona fácilmente a los clientes a comprar directamente los labiales, mejorando los canales de comunicación como los mensajes directos a través de Instagram, Facebook y WhatsApp.

Establecer fuertes relaciones con mayoristas que puedan vender los productos a clientes diferentes y/o tiendas minoristas, contando con distribuidores en diferentes regiones del país que puedan llevar los productos a municipios alejados para tener reconocimiento de la marca. Enfocarse en tiendas especializadas y distribuidoras de belleza independientes que puedan ofrecer los productos y beneficiarse ellas mismas a nivel financiero en su negocio

-Estrategias de promoción

Nuestra estrategia de promoción está dirigida a nuestro nicho de mercado, el cual aplica tanto hombres como mujeres, nuestro objetivo es llegar a más personas no solo por nuestros precios sino nuestra calidad e ingredientes naturales.

Una de las estrategias que pretendemos aplicar se enfoca en campañas de mercadeo por redes sociales como Instagram, Facebook y la página web, ya que estamos en una era digital y todo se mueve por este medio, además buscamos tener concursos por estos mismo canales con el fin de que la gente pruebe los productos y así mismo los recomiende y acá entra nuestra segunda estrategia que son las ventas por recomendación o voz a voz las cuales surgen desde nuestro clientes actuales, ya que ellos mismo probaran nuestros productos y de acuerdo a su experiencia y satisfacción procederán a recomendarlo a otras personas y de esta manera podremos obtener un porcentaje nuevo de clientes.

Otra de las estrategias de promoción está enfocada en el marketing de contenido en donde realizaremos videos probando los productos, dando tips de cuidado, realizando concursos, videos con los clientes que han usado los labiales, etc... Cada una de estas estrategias pretenden aumentar la demanda y generar valor de marca con el fin de ser cada vez más conocidos en el mundo de la cosmética.

Por otro lado pretendemos realizar presencia de marca en los diferentes eventos que se presenten como por ejemplo feria de salud y belleza, eventos en centros comerciales, concursos en alianzas con otras marcas puede ser por redes sociales o presenciales donde te darán muestras gratis, promociones, rifas, etc...

También buscamos realizar alianzas con salones de belleza, spa o tiendas cosméticas que compartan nuestro mismo objetivo y enfoque, acá será fundamental diseñar envases atractivos y únicos que llamen la atención en las tiendas físicas y en las redes sociales, además que la textura y el olor sea llamativos para cada una de las personas que lo usen.

En cuanto a nuestros clientes más fieles buscamos tener una categoría de lealtad para recompensar aquellos que más compren nuestros productos y no solo esto sino que también lo comparten y recomiendan, esto se dará por medio de descuentos, regalos o acceso anticipado a nuevos productos.

MARKETING MIX

Figura 19

PRODUCTO El labial exfoliante está hecho a base de productos naturales conociéndose así la azúcar morena la cual es el exfoliante principal, aceite de coco el cual trae vitamina E Y vaselina que genera una hidratación intensa, dando, así como efecto removiendo la piel muerta de los labios y la regeneración de estos mismos. La marca ML (MATICKLAB S.A.S) ofrece un tamaño pequeño, mediano y grande. No tiene garantía siempre y cuando no siga las recomendaciones de la etiqueta.	PLAZA En la actualidad se ve reflejado que uno de los canales más visitados claramente es Internet, es por eso que MATICKLAB S.A.S está dispuesto a llegar a cubrir todas las redes sociales que estén disponibles en Bogotá, dando así a conocer su producto. Para pedidos mayores a 30 labiales se realiza el encargo mínimo una semana antes. La empresa está ubicada en la calle 67 a bis #66-25 en el barrio JJ Vargas. El pedido se entregara en cajas si es mayor a 200 labiales, por el contrario se darán en bolsas de papel para mayor comodidad.
PRECIO El labial exfoliante de tamaño pequeño tiene un precio de \$2.000, el mediano es de \$3.500 y por último el grande tiene un valor de \$5.000. Se genera un descuento del 10% al comprar una cantidad de 200 labiales; si es un cliente que es constante en la empresa y pide pedidos mayores a 500 obtendrá un descuento del 15% y se le dará un plazo máximo de forma de pago a una cuota si paga con tarjeta de crédito.	PROMOCIÓN Por la compra de 2 labiales exfoliantes grandes se obsequia un labial pequeño del sabor que desee. Mensualmente por las páginas de Facebook y de Instagram se estará informado las promociones acordes al mes. Se tendrá el apoyo de los empleados para así seguir avanzando en el fomento de estos precios. Al obtener la aprobación del cliente se dará por entendido que la información que se está generando es completamente exitosa.

Ilustración 19- Marketing mix

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

MECANISMOS DE LIDERAZGO INSPIRADOR

Comunica una visión clara y emocionante para la empresa. Queremos inspirar a nuestros empleados, mostrándoles toda nuestra trayectoria y así mismo motivarlos a crecer y brindarles las herramientas necesarias para que puedan capacitarse e iniciar sus propios proyectos

Delegación Efectiva:

Delegamos responsabilidades de manera efectiva, brindando a los empleados la oportunidad de asumir roles de liderazgo. Proporcionaremos orientación y apoyo, pero también daremos espacio para la autonomía y la toma de decisiones.

Empoderamiento y Reconocimiento:

Queremos lograr que los empleados se sientan empoderados dándoles la autoridad para tomar decisiones en sus áreas de responsabilidad. Haremos reconocimientos y celebraremos los logros individuales y de equipo de manera regular.

Feedback Constructivo:

Proporcionaremos retroalimentación constructiva de manera regular para facilitar el crecimiento y el desarrollo. Fomentaremos un ambiente en el que el feedback sea bidireccional, permitiendo que los empleados también ofrezcan sus opiniones.

Compromiso con la Calidad:

Estableceremos estándares altos de calidad y demuestra un compromiso constante con la excelencia.

Postventa – servicio al cliente.

Después de que el cliente realiza la compra se realiza un seguimiento acerca de la satisfacción del producto y luego de 3 meses le damos acceso a una promoción exclusiva para

que vuelva a comprar el producto. El servicio al cliente es la línea de WhatsApp bussines para que se tenga más control acerca de los clientes. Se dan 30 días de garantía, es decir que si en un mes no se ven los resultados prometidos se devuelve el dinero total del producto.

DESCRIPCIÓN BÁSICA DEL PROCESO PRODUCTIVO

Los productos de Maticklab son hechos a base de productos naturales comprados en la plaza y en algunas farmacéuticas, es un producto realizado por manos colombianas y completamente natural, los envases son comprados con el proveedor encargado y toda la mezcla es envasada, se mezcla en ollas todos sus activos, las etiquetas son realizadas por un diseñador exclusivo para la marca y básicamente de esta manera termina el proceso de producción de un producto para labios de Maticklab.

Inicialmente se deben tener utensilios a la mano como una olla grande para poder revolver todos los ingredientes ahí, Maticklab como base usa la mantequilla de Karité y cera de abejas los cuales le dan forma a los labiales exfoliantes.

Vitamina E, colágeno, ácido hialurónico, elastina, aceite de árbol de té, anilina y demás activos son los principales ingredientes de los productos de Maticklab, los cuales se mezclan y luego se envasan en los empaques tradicionales de vidrio para cosméticos.

Figura 20



Ilustración 20-labiales matick

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

FLUJOGRAMA

Figura 21

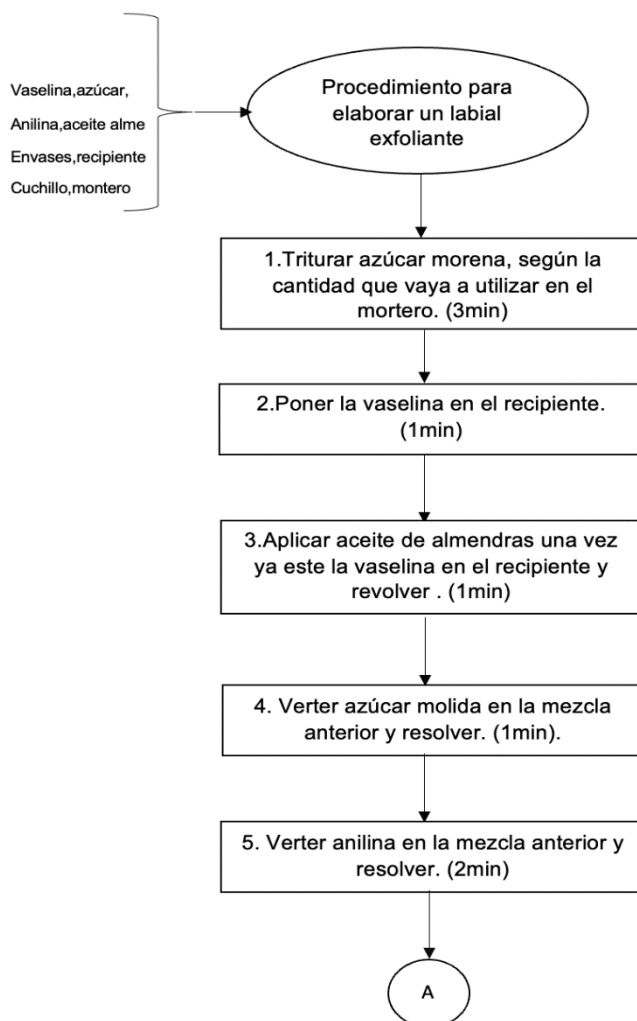


Ilustración 21-Flujograma maticlab

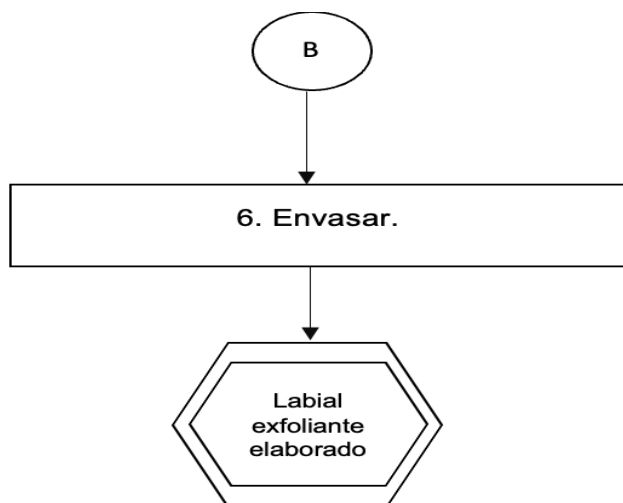


Ilustración 22-Flujograma maticklab

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Figura 22

Sala y Cocina

Planta de producción y bodega

2 Salas de juntas

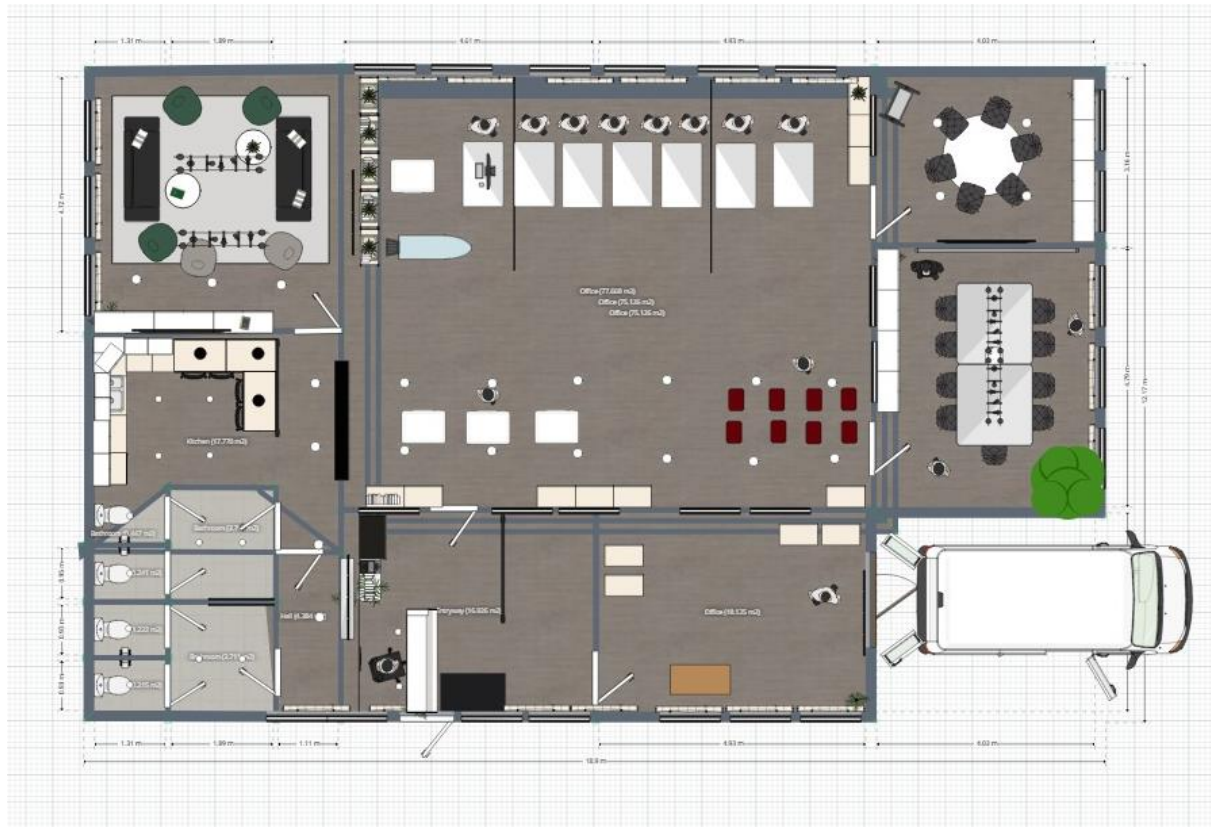


Ilustración 23-Planta maticklab

Baños

Bodega

Parqueadero

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 2

Tabla 2-Costos de producción

LABIAL EXFOLIANTES DE VITAMINA E	
Concepto	Valor
Envase	\$342,02
Etiqueta	\$87,30
Vaselina	\$230,77
Químicos	\$100,00
Cera de Abejas	\$200,00
Caja	\$83,33
Mano de Obra	\$1.550,00
Total	2,593.43

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 3-Costos de producción

LABIAL EXFOLIANTE DE CAFÉ	
Concepto	Valor
Envase	\$ 342,02
Etiqueta	\$ 87,30
Vaselina	\$ 230,77
Cafe	\$ 100,09
Caja	\$ 83,33
Mano de Obra	\$ 1.550,00
Total	\$ 2.393,51

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

INVERSIÓN DE INFRAESTRUCTURA

Figura 23

MAQUINARIA	DESCRIPCIÓN	FIGURA	VALOR
BATIDORA	NOS AYUDARA A TENER MAYOR PRODUCCION MENOR TIEMPO		\$ 1.200.000,00
RECIPIENTE	HAREMOS EL MIX DE LOS INGREDIENTES		\$ 26.000,00
TOALLAS SCOT	NOS AYUDA A LIMPIAR LOS RESTOS QUE QUEDAN EN EL EMPAQUE		\$ 19.000,00
MANGA PASTELERA	PASAR ASI LA MEZCLA AL RECIPIENTE DE EMPAQUE		\$ 39.800,00
CUCHILLO	UTENSILIO ES EFICAZ PARA APLASTAR Y MEZCLAR LOS INGREDIENTES , FACILITANDO ASÍ LA PREPARACIÓN		\$ 27.000,00
PALA DE REPORTERIA	ESTE ACCESORIO ESTÁ DISEÑADO ESPECÍFICAMENTE PARA COLOCAR CON PRECISIÓN LOS INGREDIENTES		\$ 17.900,00
BOQUILLAS PARA MANGA PASELERA	NOS AYUDA VER LA CANTIDAD DE PRODUCTO QUE ESTAMOS AGREGANDO		\$ 10.900,00

ilustración 24- inversión de infraestructura

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA PROPUESTA*Figura 24*

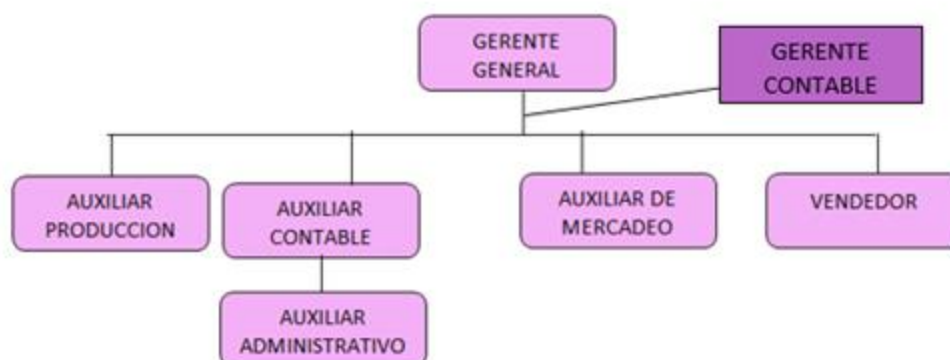


ilustración 25-estructura administrativa propuesta

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Unas de las funciones más específicas del gerente general son:

- Planificación, organización y supervisión general de las actividades desempeñadas
- Toma de decisiones, analizando el entorno y las diferentes estrategias.
- Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo.

Como se mencionó anteriormente, el Gerente General es el puesto más alto en la estructura organizacional de Maticklab, para que la empresa funcione de manera fluida y adecuada sin problemas, el gerente debe evolucionar en un ambiente organizacional que beneficie a los diferentes departamentos, y es por eso que es importante el liderazgo, se cree que se debe ejercer el liderazgo transformacional, que incluye inspirar continuamente a los equipos, brindando integridad y entusiasmo al equipo. Con este estilo de liderazgo, el gerente debe

demostrar su personalidad y la capacidad de combinar su liderazgo transformacional con el liderazgo transaccional, donde se obedecen las órdenes que vienen del gerente.

El auxiliar de producción es quien hace que todo sea posible a la hora de realizar los productos y verifica junto con el gerente general que estén de buena calidad, es decir, que los labiales no tengan alguna falla o defecto.

El auxiliar de mercadeo tiene un papel indispensable para Maticklab, es quien se encarga de toda el área de publicidad en la empresa y quien toma decisiones acerca de los lanzamientos y la forma de lanzarlos al mercado, también se encarga de toda el área digital y crea contenido en redes sociales.

El Auxiliar contable junto con el administrativo planifica, dirige y asegura un buen manejo de los recursos económicos de Maticklab. Tiene un rol determinante en la toma de decisiones de los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa, gestiona todos los pagos y entradas de dinero. El vendedor se encargará de distribuir y vender los productos a nuestros clientes, realizando asesorías personalizadas e indicando cual es el labial adecuado para cada necesidad.

CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 4-Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	\$34,009,090.00
Nomina	\$33,009,090.00
Servicios (Agua, Luz, Internet)	\$1,000,000.0

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

PERFIL DE CARGO

- Capacidad de prestar atención al cliente
- Capacidad de utilizar un equipo técnico
- Destrezas en informática

FUNCIONES ESPECIFICAS
 Manejo de excel
 Revision de nomina
 Registro de transacciones

Sexo: Indistinto
Disponibilidad: Tiempo completo
Excelente presentación personal
Edad: 40 a 58 años

Termino indefinido

REMUNERACION
\$1'300.606

- Motiva a su equipo
- Sueña y actúa
- Toma decisiones razonables
- Capacidad para administrar, formar y motivar al equipo

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Registro y Control de Transacciones Financieras
- Elaboración de Estados Financieros
- Presupuesto y Planificación Financiera
- Gestión de Impuestos
- Auditoría Interna y Externa
- Análisis de Costos

Sexo: Indistinto
Disponibilidad: Tiempo completo
Excelente presentación personal
Edad: 22 a 35 años

Termino indefinido

REMUNERACION
\$2'000.000

- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Empatía
- Capacidad de escucha

FUNCIONES ESPECIFICAS

Sexo: Indistinto
Disponibilidad: Tiempo completo
Excelente presentación personal
Edad: 20 a 40 años

Termino indefinido

REMUNERACION
\$2'500.000

- Dotes de comunicacion
- Seguridad
- Creatividad
- Capacidad de aprendizaje

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Comunicacion excelente con los clientes
- Conocimiento del producto
- Gestionar eficientemente las ventas
- Cerrar ventas

Sexo: Indistinto
Disponibilidad: Tiempo completo
Excelente presentación personal
Edad: No edad

Termino indefinido

REMUNERACION
\$1'300.606

PERFIL DE CARGO		PERFIL DE CARGO	
AUXILIAR DE PRODUCCION		AUXILIAR DE MERCADEO	
HABILIDADES ESPECIALES	EXPERIENCIA LABORAL	HABILIDADES ESPECIALES	EXPERIENCIA LABORAL
• Capacidad de prestar atención al cliente • Capacidad de utilizar un equipo técnico • Destrezas en informática	3 AÑOS DE EXPERIENCIA	• Colaborador en su grupo • Líder • Uso de redes sociales • Creatividad	SIN EXPERIENCIA
REQUERIMIENTOS	FUNCIONES ESPECIFICAS	REQUERIMIENTOS	FUNCIONES ESPECIFICAS
Sexo: Indistinto Disponibilidad: Tiempo completo Excelente presentación personal Edad: 40 a 58 años	Responsable de asesorar y resolver problemas Persona competente que oriente y formara a los operarios Organiza y es versatil	Sexo: Indistinto Disponibilidad: Tiempo completo Excelente presentación personal Edad: No interesa	Buena comunicacion Creativo Aptitud analitica Uso de redes sociales
TIPO DE CONTRATO		TIPO DE CONTRATO	
Termino indefinido		Termino indefinido	
	REMUNERACION		REMUNERACION
	\$1'300.606		\$1'300.606

Ilustración 26- perfiles de cargo

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

REQUISITOS LEGALES DEL PROYECTO

Registrar una empresa SAS (Sociedad por Acciones Simplificada) en Colombia implica seguir ciertos pasos y cumplir con requisitos específicos y estos son los que tendremos en cuenta para nuestra empresa Maticklab. Pasos para registrar nuestra empresa SAS en Colombia:

Antes de comenzar, debemos verificar que el nombre que deseamos para nuestra empresa esté disponible. Lo podemos hacer a través del sitio web de la Cámara de Comercio o presencialmente en sus oficinas, luego debemos obtener un NIT (Número de Identificación Tributaria) para la empresa. Lo haremos registrándose en el RUES a través de la página web de

la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). Después debemos alistar los documentos necesarios, como la escritura de constitución, en la que se definen aspectos importantes de la empresa, como el objeto social, la duración, la forma de administración, etc. Debemos tener en cuenta que la escritura de constitución debe ser firmada ante un notario público, una vez tengamos la escritura de constitución firmada, debemos ir a registrarnos en la Cámara de Comercio de la jurisdicción donde se encuentre nuestra empresa, después de obtener el certificado de existencia y representación legal de la Cámara de Comercio, registramos la empresa en la DIAN para fines tributarios. También debemos contar con un registro de marca, con el fin de proteger los derechos de autor tanto del logo como del slogan y todo lo que se refiere al tema.

Por otro lado es importante tener en cuenta que somos una empresa de cosméticos por lo tanto debemos contar con un registro sanitario INVIMA lo que nos trae beneficios ya que genera confianza para los clientes en cuanto a su producción e ingredientes y también nos evita reprocesos y multas en un futuro ya que todo producto cosmético debe contar con este registro para su total comercialización. Tomado de: (“Cosméticos INVIMA ¿Cómo Puedo Registrar mi Producto Cosmético en Colombia?”).

En cuanto al etiquetado este debe cumplir con las regulaciones de etiquetado de productos cosméticos según INVIMA, donde se debe poner la lista de los ingredientes, indicar la fecha de vencimiento, proporcionar información de contacto del fabricante, si es testeado o no en animales, etc... Tomado de: (“Registro Sanitario de Cosméticos en Colombia”)

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 5- GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos Administrativos	
Salarios Empleados	
Gerente general	\$2'500.000
Gerente Contable	\$2'000.000
Auxiliar de producción	\$1.160.000
Auxiliar contable	\$1.160.000
Auxiliar administrativo	\$1.160.000
Auxiliar de mercadeo	\$1.160.000
Vendedor	\$1.160.000
Total	\$10.300.000

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

En cuanto a los gastos administrativos, el primer punto son los salarios de los empleados, los cuales se establecen según su perfil de cargo y las características, en el segundo aspecto se relaciona con los servicios fijos los cuales son variables y contaremos con lo que es luz, agua, internet y el arriendo que ya es un gasto fijo. Otro aspecto va de la mano con la parte de publicidad y mercadeo, acá está toda la parte de avisos publicitarios tanto en físico como digital,

las pruebas gratis, etc... Por último los gastos relacionados a la parte legal, asesoramiento fiscal y contables.

METODOLOGÍAS DE MOTIVACIÓN

Motivar a los empleados en nuestra empresa es esencial para fomentar un ambiente de trabajo positivo y productivo. En Maticklab tenemos en cuenta los siguientes puntos:

Reconocimiento y Recompensas:

Ofreceremos recompensas tangibles, como bonificaciones, regalos o días libres, para motivar el desempeño excepcional.

Desarrollo Profesional:

Proporcionaremos oportunidades de capacitación y desarrollo para que los empleados mejoren sus habilidades y crezcan dentro de la empresa

Ambiente de Trabajo Positivo:

Nos basaremos en un entorno laboral positivo y saludable, fomentando la comunicación abierta y el trabajo en equipo.

Metas Claras y Alcanzables:

Estableceremos metas claras y realistas que sean alcanzables para que así mismo los colaboradores puedan alcanzar la meta y ser incentivados.

Involucramiento en la Toma de Decisiones:

Involucramos a los colaboradores en la toma de decisiones relacionadas con su trabajo y responsabilidades para que se sientan parte de la empresa

Flexibilidad Laboral:

Ofreceremos opciones de trabajo flexible, como horarios flexibles o trabajo remoto, para satisfacer las necesidades individuales de los empleados.

Comunicación Clara y Transparente:

Brinda retroalimentación constructiva y reconoce el esfuerzo y el progreso.

INDICADORES DE GESTIÓN**Ventas**

Se busca vender un 50% de la proyección de labiales que se tiene las ventas a diario, teniendo un aproximado de venta total de 80 labiales

Producción

Al día se infiere que debemos tener con margen de error 48 labiales disponibles es por eso que semanal se deberían tener alrededor de 300 labiales disponibles, debidamente producidos para siempre tener inventario

Marketing y Publicidad

Se da la iniciativa de tener alcance orgánico a través de Instagram por historias y reels para que la gente se fidelice aún más con la marca a través de campañas, descuentos y promociones que se realicen con los productos.

Calidad

Se buscará tener un proceso de calidad acorde a la producción de cosmética natural para no tener algún problema de mala presentación, se tendrá un adecuado seguimiento con los proveedores donde se evidenciara que las materias primas que se utilizan son de alta calidad

Finanzas

Se buscará que los indicadores sean progresivamente altos y positivos de las estrategias que se mencionó anteriormente y así enfocarnos en crecer esta idea de negocio a diario. Fidelizar a los clientes en el mercado de labiales humectantes puede ser un desafío para Maticklab, pero con las estrategias adecuadas, puedes construir una base de clientes leales.

Calidad del producto

Asegurándonos que nuestros labiales ofrezcan beneficios reales, como lo es hidratación duradera nos encargaremos de utilizar ingredientes de alta calidad y destacando las propiedades humectantes que utilizamos en nuestros labiales

Programa de Membresía

Implementaremos un programa de membresía que recompense a los clientes frecuentes con descuentos, regalos exclusivos o acceso anticipado a nuevos productos, tendremos en cuenta su cumpleaños y fechas especiales

Garantías y Políticas Transparentes:

Maticklab establecerá un servicio de atención al cliente excepcional para manejar consultas y problemas de manera eficiente. Ofreceremos garantías de satisfacción y reemplazo (en caso tal que sea requerido) para construir confianza en la calidad de tus productos

Redes Sociales y Comunidad:

Buscamos construir una comunidad en redes sociales donde nuestros clientes puedan compartir sus experiencias y consejos sobre el uso de tus labiales. Realizaremos sorteos y desafíos para que nuestros clientes puedan interactuar con nosotros y así lograrlos conocer un poco más.

La fidelización no es solo una transacción, sino una relación continua. La autenticidad y el compromiso genuino con la satisfacción del cliente son clave para construir lealtad a largo plazo (“Fidelización de clientes – Loudroom.co”)

ESTUDIO DE OPERACIONES

Descripción y formalización del proceso – Diagrama de flujo

1. Empezamos con el proceso productivo de Maticklab con la compra a nuestros proveedores de la materia prima
 - Al ser nuestros labiales naturales y orgánicos nuestros proveedores se encuentran ubicados en plazas de mercado
2. Una vez ya lo tengamos se lleva todos los materiales y materia prima al laboratorio para empezar a desarrollar la mezcla
3. Producción: Al tener toda la materia prima necesaria se empieza a realizar la producción la cual se basará en:
 - Mezclar todos los ingredientes con la vaselina en la batidora
4. Una vez la mezcla esté lista se envasa en los envases de vidrio con su debida etiqueta y se sellan poniendo las tapas finales.

5. Se hará un debido control de calidad en cada uno de los procesos en donde se resaltará la limpieza y pulcritud del producto y que salga a la venta en buen estado
- Midiendo la cantidad que deberá ir exacta en cada envase
 - Si alguno de los productos no pasa la prueba procederemos a desechar la mezcla que se encuentra en el envase, y el envase pasará por un proceso de limpieza para utilizarlo y poder usarlo adecuadamente.
6. Una vez se haya pasado por todo lo anterior los labiales exfoliantes ya estarán listos para la comercialización y venta al público donde debemos tener en orden su respectivo inventario.

INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 6-inversión de capital de trabajo

INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO	
Costos de producción por unidad	\$2.593
Salario empleados	\$10.300.000
Arriendo oficina (estrato 3, área construida 300 m2)	\$8.900.000
Marketing y publicidad (mensual)	\$4'500.000
TOTAL	\$23'702.593

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

La inversión de capital de trabajo para MatickLab es esencial para mantener las operaciones comerciales y garantizar que la empresa funcione sin problemas. El capital de trabajo se refiere a los recursos financieros necesarios para cubrir los gastos operativos diarios, como el inventario, los salarios, los gastos generales y otros costos operativos. Tomado de: (“Capital de Trabajo | Qué es, características y cómo se calcula”).

ESTUDIO FINANCIERO

PRESUPUESTOS- INVERSIÓN INICIAL

Tabla 7-presupuestos-inversión inicial

INVERSIONES INICIAL	\$ 140,600.00
No Depreciables	
Recipiente	\$ 26,000.00
Toalla Scott	\$ 19,000.00
Manga pastelera	\$ 39,800.00
Cuchillo	\$ 27,000.00
Pala de repostería	\$ 17,900.00
Boquillas para manga pastelera	\$ 10,900.00
Depreciables	\$ 6,800,000.00
Batidora	\$ 1,200,000.00
Muebles	\$ 4,000,000.00
Computadores	\$ 1,600,000.00
INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 13,429,320.00
Marketing y publicidad	\$ 4,500,000.00
Fotografía	\$ 500,000.00
Diseño de envases (1000)	\$ 429,320.00
Gastos de montaje de oficina	\$ 8,000,000.00
Capacitación	-

Mantenimiento maquinaria	-
CAPITAL DE TRABAJO	\$34,009,090.00
Nomina	\$33,009,090.00
Servicios (Agua, Luz, Internet)	\$1,000,000.0
PRESUPUESTO INVERSIÓN	
TOTAL	\$ 54,379,010.00

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

En la inversión inicial encontramos al inicio los no depreciables entre lo que encontramos cuchillos, recipiente, toalla Scott, manga pastelera, pala de repostería y boquillas de manga pastelera con un total de \$140.600.

Por el lado de los depreciables encontramos la batidora con un precio de \$1.200.000, muebles \$4.000.000 y computadores \$1.600.000 con un total de \$6.800.000.

Luego tenemos las inversiones diferidas que abarcan gastos en relación a todo lo que tiene que ver a marketing, publicidad, fotografía, diseño de envases e instalación como tal de la oficina y el total de este campo son \$13,429,320.

Finalmente tenemos el capital de trabajo que está compuesto por la nómina a 3 meses para un total de \$33.009.090 y servicios relacionados a luz, agua e internet con un presupuesto aproximado de \$1.000.000. El total final de la inversión inicial es de \$54.379.010.

FLUJO DE CAJA

Tabla 8-flujo de caja

PIB PROYECTADO			3%	3.25%	4%	4.50%	5%
INFLACION PROYECTADA			1.79%	3.58%	5.37%	7.16%	8.95%
PRESUPUESTO INGRESOS		0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES			25,000	25,895	27,286	29,239	31856
PRECIO DE VENTA		\$ 15,000					
TOTAL INGRESOS		\$ -	\$ 375,000,000	\$ 401,048,813	\$ 425,654,759	\$ 458,324,581	\$ 501,733,839
PRESUPUESTO COSTOS			\$ 51,250,000	\$ 53,084,750	\$ 55,935,401	\$ 59,940,376	\$ 65,305,039
MANO DE OBRA UNITARIO		\$ 1,550					
INGREDIENTES		\$ 500					
TOTAL COSTO UNITARIO		\$ 2,050					
PRESUPUESTO GASTOS							
NOMINA		\$ 11,028,480	\$ 132,341,760	\$ 132,341,760	\$ 132,341,760	\$ 132,341,760	\$ 132,341,760
ARRIENDO		8,000,000	\$ 96,000,000	\$ 96,000,000	\$ 96,000,000	\$ 96,000,000	\$ 96,000,000
SERVICIOS		1,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,000,000	\$ 12,000,000
PUBLICIDAD		4,500,000	\$ 4,500,000	\$ 4,500,000	\$ 4,500,000	\$ 4,500,000	\$ 4,500,000
ABONO CAPITAL			\$ 6,014,104	\$ 7,817,926	\$ 10,162,773	\$ 13,210,915	\$ 18,411,317
INTERESES			\$ 13,591,970	\$ 11,748,283	\$ 9,351,615	\$ 6,236,109	\$ 2,565,693

GASTOS DEPRECIACION			\$ 4,200,000	\$ 4,200,000	\$ 4,200,000	\$ 4,200,000	\$ 4,200,000
MAQUINARIA	1	-	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS			268,647,833	268,607,969	268,556,148	268,488,784	270,018,770
UTILIDAD			55,102,167	79,356,093	101,163,210	129,895,421	166,410,030
IMPUESTO RENTA	35%		-	-	35,407,124	45,463,397	58,243,510
UTILIDAD NETA			55,102,167	79,356,093	65,756,087	84,432,024	108,166,519
+ DEPRECIACIONES			4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,200,000	4,200,000
+ AMORTIZACIONES			\$ 6,014,104	\$ 7,817,926	\$ 10,162,773	\$ 13,210,915	\$ 18,411,317
INVERSION INICIAL		\$ (54,379,010)	\$ 65,316,270	\$ 91,374,020	\$ 80,118,860	\$ 101,842,938	\$ 130,777,836

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

Podemos analizar nuestro flujo de caja teniendo en cuenta nuestra inversión inicial que es de \$54.379.010 y teniendo en cuenta nuestro costos y gastos que van a permitir poner en funcionamiento la empresa. Nuestro flujo de caja es una proyección real.

AÑO 1

Para el año 1 se tendría un presupuesto de costos de \$51, 250,000, un total de gastos de \$268.647,833 y con unos ingresos de \$375, 000,000.

AÑO 2

En relación al año 2 se tendría un presupuesto de costos de \$53, 084,750 un total de gastos de \$268, 607,969 e ingresos de \$401, 048,819

AÑO 3

En el año 3 por el lado de presupuesto de costos sería de \$55, 935,401 total de gastos de \$268,556,148 e ingresos de \$425,654,759.

AÑO 4

Para el año 4 el presupuesto de costos es \$59,940.401, un total de gastos de \$268,488,784 y unos ingresos de \$458, 324,581.

AÑO 5

Para el último año que es el 5, el presupuesto de costos es de \$65, 305,039, total de gastos de \$270, 018,770 y unos ingresos de \$501, 799,839.

Para el año 5 se espera que la empresa tenga un beneficio neto de \$108,166,519, relacionados con utilidad.

Tabla 9-Estado de resultados

Ingresos	375,000,000
Costos	\$51,250,000
UTILIDAD BRUTA	\$323,750,000
Gastos Operacionales	\$35,767,134
Nómina	\$11,003,030
Amortización	\$6,014,104
IVA	\$18,750,000
intereses del crédito	\$44,315,915
Arriendo	\$8,000,000
Servicios Públicos	\$1,000,000
Papelería	\$500,000
Marketing y publicidad	\$4,500,000
UTILIDAD OPERACIONAL	\$243,666,951
Otros Ingresos	\$0
Otros Gastos	\$17,924,881
Intereses de crédito	\$13,724,881
Gastos x Depreciación	\$4,200,000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$225,742,070
Impuesto de Renta (35%)	\$74,494,883
UTILIDAD NETA	\$151,247,187

Tabla 9

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

- Los ingresos de la empresa son de \$375,000,000 millones. Esto significa que la empresa vende 25,000 unidades a un precio de \$15,000 por unidad.
- Los costos de la empresa son de \$51.250,000 millones. Esto significa que el costo unitario de producción es de \$2,050 por unidad.
- Los gastos operacionales de la empresa son de \$35.767,134 millones. Esto significa que los gastos operativos son de \$1,432 por unidad.

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla 10- resultados

VPN	\$ 230,255,807
TIR	138.06%
PRI	0.662
TIO	17.27%
PROMEDIO FLUJO	\$ 93,885,985
RB/C	\$ 5.23
CAUE	\$ 17,102,515
PROMEDIO DE LOS EGRESOS	\$ 0
P.E AÑO1 (UNDS)	17909.99
P.E AÑO 1 (PESOS)	\$ 268,649,883
P.E AÑO 2 (UNDS)	17907.33
P.E AÑO 2 (PESOS)	\$ 268,610,019
P.E AÑO 3 (UNDS)	17903.88
P.E AÑO 3 (PESOS)	\$ 268,558,198
P.E AÑO 4 (UNDS)	17899.39
P.E AÑO 4 (PESOS)	\$ 268,490,834
P.E AÑO 5 (UNDS)	18001.39
P.E AÑO 5 (PESOS)	\$ 270,020,820

Tomado de: (Elaboración propia, 2023)

- La empresa tiene un valor presente neto (VPN) positivo de \$230,255,807 y quiere decir que generará más flujos de efectivo que su costo inicial.
- La tasa interna de retorno (TIR) de MatickLab es del 138.06%. Esto significa que el proyecto generará un rendimiento del 138.06% sobre su costo inicial.
- El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 0.662 años. Esto significa que el proyecto recuperará su costo inicial en 0.662 años.
- La tasa interna de retorno ofrecida (TIO) es del 17.27% y hace referencia a que generará un rendimiento del 17.27% sobre su costo inicial.
- El promedio de los flujos de efectivo del proyecto es de \$93, 885,985.
- La relación beneficio-costos (RB/C) del proyecto es de 5.23. Esto significa que el proyecto genera \$5.23 de beneficio por cada \$1 de costo.
- El costo anual uniforme equivalente (CAUE) del proyecto es de \$17, 102,515. Esto significa que el proyecto tiene un costo equivalente a un pago anual de \$17, 102,515.

CONCLUSIONES

- Podemos concluir según nuestro estudio de mercado que nuestro nicho de mercado se encuentra entre los estratos 3 y 4 principalmente, con una preferencia principal por las mujeres que buscan una hidratación duradera en sus labios. Además pusimos analizar que MatickLab es una buena competencia para marcas como Chapstick, Crema de cacao, vaselina, entre otros productos; gracias a sus componentes 100% naturales, las propiedades que tiene y su precio competitivo entre las diferentes marcas del mercado. Por otro lado este proyecto no solo busca un enfoque en mujeres sino en

hombres también que buscan cuidar sus labios, por lo tanto los productos vienen adaptados para cualquier necesidad o gusto.

- El objetivo de establecer un estudio técnico para analizar la viabilidad de MatickLab se cumplió con éxito. El estudio demostró que MatickLab es un proyecto viable con un alto potencial de rentabilidad.

El estudio consideró los siguientes factores:

Demanda del mercado: El mercado de los labiales humectantes está creciendo rápidamente, impulsado por la creciente preocupación por la salud y la belleza.

Competencia: La competencia en el mercado de los labiales humectantes es feroz, pero MatickLab tiene una propuesta de valor única que lo diferencia de la competencia.

Tecnología: La tecnología de MatickLab es sólida y está bien posicionada para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Equipo: El equipo de MatickLab tiene la experiencia y las habilidades necesarias para llevar el proyecto al éxito.

El estudio concluyó que MatickLab tiene el potencial de generar ingresos significativos y generar una rentabilidad atractiva. El estudio también recomendó que el proyecto se continúe con el fin de aprovechar su potencial.

- Se concluye que MatickLab es una idea de negocio altamente innovadora y poco común en el mercado, ya que gracias a sus envases reciclables e ingredientes orgánicos es un

cosmético que general un alto impacto en la belleza natural y tratamientos de skincare en la población Colombiana. Todos los estudios que se realizaron en este trabajo han brindado una perspectiva diferente y muy solida en la cual se puede evidenciar la viabilidad financiera de Maticklab. Con los resultados obtenidos permiten tomar decisiones estratégicas y mejores oportunidades del mercado para el campo de la cosmética natural.

Se puede evidenciar que durante el desarrollo del proyecto se analizó frente a los resultados de las encuestas que la idea de negocio tiene excelentes posibilidades de iniciarse y mantenerse en proyección a lo largo de los años.

S.

RECOMENDACIONES

- En cuanto a gastos operativos podríamos negociar mejores precios con nuestros proveedores con el fin optimizar los procesos operativos o eliminar gastos que no son necesarios.

- Realizar un seguimiento al el desempeño de MatickLab para asegurarse de que se cumplan las proyecciones establecidas en el flujo de caja.
- Ampliar el portafolio de productos con el fin de diversificar las ventas y atraer nuevos clientes potenciales.
- Mejorar los estados financieros en cuanto a su deuda, ya sea reduciéndola o aumentando el capital.
- Desarrollar una estrategia de marketing y ventas efectiva para llegar a un público más amplio.
- Innovar constantemente los productos de MatickLab para mantenerse a la vanguardia de la competencia.
- Aumentar la inversión en investigación y desarrollo para desarrollar nuevos productos y funcionalidades.
- La implementación de estas recomendaciones ayudará a MatickLab a alcanzar su máximo potencial y convertirse en un líder en el mercado de los labiales humectantes.
- Innovar en los envases para que sean propiamente especializados en la marca
- Crean estrategias digitales que fomenten la tienda virtual para aumentar sus ventas

REFERENCIAS

- “Bogotá seguirá siendo el epicentro de la industria cosmética en 2023 | Tendencias.” *Portafolio*, 25 January 2023, <https://www.portafolio.co/tendencias/bogota-seguira-siendo-el-epicentro-de-la-industria-cosmetica-en-2023-577487>. Accessed 4 September 2023.
- Neira, Juan. “Sector belleza: Colombia se destaca por ser referente.” *Valora Analitik*, 25 May 2023, heptember 2023.
- <https://www.valoraanalitik.com/2023/05/25/sector-belleza-colombia-se-destaca-por-ser-referente-en-latinoamerica/>. Accessed 4 S
- Biblioteca Cámara de Bogota sector económico cosmetico (2020)
https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/24520/ESTUDIO%20SECTORIAL_COSMETICO.pdf?sequence=1&isAllowed=
- “Visor Redalyc - Diferenças entre cosméticos orgânicos e naturais: literatura esclarecedora para prescritores.” *Redalyc*,
<https://www.redalyc.org/journal/2655/265557800010/>. Accessed 11 September 2023.
- Gaspar, Isabel. “En 2023 la industria cosmética generará 800.000 millones.” *elEconomista.es*, 3 December 2019,
<https://www.eleconomista.es/status/noticias/10233767/12/19/En-2023-la-industria-cosmetica-generara-800000-millones.html>. Accessed 12 September 2023.
- Análisis de competitividad del sector cosméticos e Ingredientes naturales.” *UNIDO*,
https://www.unido.org/sites/default/files/files/2019-02/An%C3%A1lisis_de_competitividad_internacional_del_sector_cosm%C3%A9ticos_e_ingredientes_naturales_0.pdf. Accessed 12 September 2023.

- “La importancia de la hidratación labial.” *Dra. Laura Sitú*, <https://dralaurasitu.com/la-importancia-de-la-hidratacion-labial/>. Accessed 19 September 2023.
- “Planteamiento del problema: objetivos, preguntas de investigación y justificación del estudio.” 1-4-*HERNÁNDEZ SAMPIERI*, <https://josetavarez.net/Compendio-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf>. Accessed 3 October 2023.
- “94 CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO 1. TIPO DE INVESTIGACIÓN En cualquier trabajo de investigación es prioritario que el obje.” *URBE - Universidad Dr. Rafael Belloso Chacón*, <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0089884/cap03.pdf>. Accessed 3 October 2023.
- “Cosméticos INVIMA ¿Cómo Puedo Registrar mi Producto Cosmético en Colombia?” *Abogado Comercial Bogotá, Firma de Abogados en Derecho Comercial*, 21 marzo 2019, <https://www.juridicoscomerciales.com/blog/cosmeticos-invima-como-puedo-registrar-mi-producto-cosmetico-en-colombia/>. Accessed 8 Noviembre 2023.
- “Registro Sanitario de Cosméticos en Colombia.” *Servicio Legal*, 27 Marzo 2020, <https://serviciolegal.com.co/registro-sanitario-de-cosmeticos-en-colombia/>. Accessed 8 Noviembre 2023.
- “Capital de Trabajo | Qué es, características y cómo se calcula.” *Drip Capital*, 19 October 2022, <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/que-es-capital-de-trabajo>. Accessed 8 November 2023.

