

Anexos de trabajo de grado de la empresa OMG MAKEUP

Anexo #1

Descripción del producto :

Imágen	Nombre del producto y marca	Descripción
	Labial Matte 7 	Labial matte por 7 tonos ricos en pigmentos -Mantiene un acabado mate sin secarse -Hidrata los labios
	The Badass Rude Girl 	Libro sombras con 35 tonos de todos los tonos ideal para todo tipo de ocasiones. -Material de empaque: Cartón prensado -Hipoalergénica
	Iluminador Líquido Whosale 	Iluminador líquido en gotero -Larga duración -Alta pigmentación -Seis tonos distintos

	Agua Micelar Yes To yesTo	-Agua micelar de algodón para extraer todas las impurezas de la piel al final del día -Hidrata la piel
	Mascara Volume Rude® MAKEUP WITH AN ATTITUDE	Pestañina voluminizadora -Cepillo flexible ideal para maquillar las pestañas mejor -Larga duración
	Primer Glow Beauty Creations	Primer para preparar la piel para un maquillaje impecable -Incluye aceite hidratante y destellos para lucir una piel fresca -No grasoso
	Labial Matte L.A. COLORS®	Brillo matte de excelente calidad, tonos nudes y oscuros. -Alta pigmentación

	Barely Nude 2 Beauty Creations	Paleta de sombras con 12 tonos entre nudes para todas las ocasiones -Hipoalergénica -Empaque metálico -Incluye aplicador doble
	Barely Nude 1 Beauty Creations	Paleta de sombras con 12 tonos entre nudes con tonos variados para todas las ocasiones -Hipoalergénica -Empaque metálico -Incluye aplicador doble
	Peach Lipgloss NYC NEW YORK COLOR®	-Labial en tono Peach con destellos brillantes -Hidratante -Larga duración
	Extreme Bold Liquid CITY COLOR® COSMETICS	Delineador líquido en lápiz para mayor precisión -Hipoalergénico -Alta durabilidad

	Waterproof HD L.A. COLORS®	Pestañina HD para darle volumen a tus pestañas -A prueba de agua
	Blush Duo  CITY COLOR® COSMETICS	-Rubor Duo en crema y polvo -Tres tonos distintos -Alta pigmentación
	The Sweetest Palette  Beauty Creations	Paleta de sombras con 16 tonos entre nudes y satinados con aroma a dulce. -Hipoalergénica -Empaque metálico -Incluye espejo
	Tease Me Palette  Beauty Creations	Paleta de sombras con 18 tonos entre nudes y satinados. -Hipoalergénica -Empaque en forma de libro

	Glitter Palette trendbeauty	-Paleta de sombras con 10 tonos entre glitter y nudes. -Hipoalergénica -Incluye espejo
	All in One REVLON	Pestañina todo en uno, separa, proporciona, voluminiza y define las pestañas Tiene componentes como cera de Carnauba para nutrir y fortalecer las pestañas
	Polvos Minerales L.A. COLORS®	-Polvos minerales para controlar el brillo y las imperfecciones -Incluye espejo y aplicador -6 tonos disponibles
	Iluminador Glow Palette Beauty Creations	-Iluminador en polvo por 3 tonos -Ideal para cualquier tono de piel

	Fijador Oil Control  CITY COLOR® C O S M E T I C S	-Fijador de maquillaje para acondicionar la piel antes y después del maquillaje -Disimula marcas de acné y otras imperfecciones.
	Rosy Nude KLEANCOLOR	Paleta de sombras con 12 tonos entre nudes y metálicos. -Empaque metálico -Incluye aplicador doble
	Sugar Sweets Beauty Creations	-Empaque metálico -Incluye espejo Paleta de sombras con 16 tonos entre nudes y satinados con aroma a dulce. -Hipoalergénica

 The image shows a black rectangular eyeshadow palette with the brand name 'Creations' and 'SMOKY' in white. Below it is a row of ten small tubes of lipstick in various shades of red and pink, and another black eyeshadow palette with a different shade range.	Smoky Beauty Creations	-Paleta de sombras de tonos fríos por 12 tonos. -Hipoalergénica -Empaque metálico -Aplicador doble
 The image shows an open eyeshadow palette with ten shades of warm, nude-toned eyeshadows. The palette has a gold-colored lid with the brand name 'Creations' and 'NUDES' in black.	Nudes Beauty Creations	Paleta de sombras de tonos cálidos por 12 tonos. -Hipoalergénica -Empaque metálico -Aplicador doble
 The image shows a highlighter palette with four shades of shimmering powder. The packaging is ornate and gold-colored, with the brand name 'Creations' and 'Angel Glow' visible.	Angel Glow Beauty Creations	-Iluminador en polvo de alta pigmentación de 4 tonos -Empaque en cartón prensado -Incluye espejo

	Perfect Brow Kit 	Kit de cejas de tamaño ideal para llevar a todos lados -Incluye aplicador doble - Dos sombras café en polvo + cera + iluminador para perfilar
	Base Stick 	-Base en barra en forma Stick -Alta cobertura y traslúcida -7 tonos disponibles

Anexo #2

Productos similares en el mercado

Producto	Precio Omg Makeup	Precio competencia
 Paleta de sombras Tease Me- Beauty Creations	\$45.000	Holy Cosmetics \$52.000

 Paleta Rude	\$65.000	Holy Cosmetics \$71.000
	\$45.000	Holy Cosmetics \$57.000
	\$45.000	Dumashe Makeup \$50.000
	\$25.000	Dumashe Makeup \$25.000

	\$65.000	Piel Canela \$71.000
	\$18.000	Piel Canela \$20.000

Cuadro 2: productos similares de la competencia

Anexo # 3:

Marco legal y análisis socio jurídico.

En cuanto a la estructura normativa y la relación entre la organización y sus individuos, Omg Makeup se rige por una serie de códigos y normas, que se instauran desde el momento en el que se crea la sociedad, ya que se firmó un contrato por parte de los integrantes, en el que se aclara que función desenvolverá cada una y como se desarrolla la misma en términos legales. Como empresa de importación de cosméticos libres de testeo, está directamente relacionada con actores y derechos de diferente índole que deben tenerse en cuenta para la ejecución adecuada de la actividad económica, a continuación se menciona y explica cada uno de ellos.

La DIAN es uno de los actores principales relacionados con OMG ya que al ser la entidad encargada de administrar y controlar el debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, porque vigila y controla las mercancía de OMG desde el momento en que entra al país hasta la debida nacionalización. En conjunto, la Superintendencia de Industria y Comercio es la encargada de velar por los derechos de los consumidores quienes son las

personas que demandan y acceden a los cosméticos y los derechos de libre y sana competencia de la empresa. Por otro lado, la Cámara de Comercio, brinda a la compañía la posibilidad de crear una empresa de alto reconocimiento a nivel nacional gracias a las diferentes ayudas tanto económicas como de gestión de proyectos que brindan a los nuevos emprendimientos, además le brinda a la empresa formalidad económica frente al Estado.

Además, existen actores que velan por el derecho a la educación mediante las nuevas tecnologías, entre ellas la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que tiene como objetivo educar, divulgar y promover el comercio electrónico en Colombia y así los servicios asociados a este, como es el caso de la tienda virtual de la empresa y también, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que promueve políticas que faciliten el acceso a la tecnología y a la información lo cual va directamente ligado con el derecho a la información veraz y concisa que se le da a los clientes desde el momento en el que ellos ven las publicaciones de Instagram hasta cuando hacen la compra de algún producto, de igual modo, los influenciadores digitales que son aliados de la organización, tienen como objetivo mostrar la realidad de los productos y la manera en que los usuarios los pueden usar sin perjudicar su piel.

Omg Makeup, es una empresa que está en contra del maltrato animal, es por eso que los Movimientos Animalistas forman parte de la lista de actores legales de , porque también están en contra del uso de animales para la investigación cosmética y por ello se busca a través de los proveedores de maquillaje que ofrezcan productos que no hayan sido testeados en animales pero que de igual forma cumplan con el derecho a los productos con buena calidad que merecen los consumidores. Por otra parte, la empresa debe cumplir con ciertos deberes y derechos, los cuales son:

En primera instancia, la **Ley de Protección Animal, la 1774 de 2016**: “Los animales son sujetos de derechos sintientes, como tales, deben ser objeto de conservación y protección frente al padecimiento, maltrato y crueldad injustificada”. Esta ley hace alusión al ítem de responsabilidad social que la empresa adquiere al importar productos que no son testeados en animales. Directamente relacionada con la ley mencionada anteriormente está la **Ley 120 de 2018**: “Prohibir la producción, realización, investigación y comercialización de productos

cosméticos, en donde hubieran sido utilizados los animales para su elaboración y producción'', fue aprobada en el segundo debate de la plenaria de la Cámara de Representantes y está pronta a ser aprobada como ley de la República.

Como segunda instancia se tiene en cuenta los derechos al consumidor planteados por la Superintendencia de industria y comercio: **derecho a obtener productos con calidad e idoneidad**; Omg Makeup importa productos 100% originales, no replicas AAA o productos que puedan afectar al consumidor. Al pertenecer al mercado de belleza deben tener Invima tras la resolución 1229 del 23 de abril de 2013 "Por la cual se establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano" y al ser de importación, este proceso se generará directamente en el aeropuerto en control de Aduanas.

En tercera instancia, es importante nombrar el **derecho a ser informado**, a obtener información veraz, suficiente, precisa, oportuna e idónea respecto de los productos y/o servicios. Con relación a esto, en las publicaciones que se realizan en las redes sociales se hace una reseña del producto, uso, observaciones y beneficios. Además, se plantea tener la página web para que el usuario desde su dispositivo móvil pueda ingresar para obtener toda la información que requiera del mismo; de igual forma a través del número de contacto de Whatsapp se aclaran las dudas o inquietudes de cada persona para crear el vínculo de confianza y transparencia entre la marca y el cliente.

En relación con el anterior aspecto se encuentra el **derecho de elección**: Derecho a decidir libremente los bienes y servicios que requieran, ya sea desde la página web o redes sociales (Whatsapp e Instagram), puede elegir el producto que logre satisfacer sus necesidades partiendo de la gama de posibilidades que brinda la empresa en cuanto a marcas, tonos, tipos de piel, gustos y tendencias.

De acuerdo a dichas elecciones, entra en juego el **derecho a reclamar**, derecho a acudir directamente al productor, proveedor o prestador de un servicio y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos: En Omg Makeup también se planteó la opción al cambio debido a que como marca no se está exento de que al enviar el producto

pueda llegar al cliente de una forma diferente a la que se prometió, sea por el movimiento del transporte, la manera inapropiada de empacarlo o confusión de producto. A pesar de que se pueden presentar este tipo de situaciones, Omg Makeup toma todas las precauciones necesarias de empaque para que todos los productos lleguen en perfectas condiciones.

Según lo planteado por la Superintendencia de Industria y Comercio relacionado con los derechos del consumidor, este mismo tiene **derecho a la educación**. Los ciudadanos tienen derecho a recibir información y capacitación sobre consumo: en Omg Makeup se realizarán tardes de maquillaje y talleres de automaquillaje donde las clientes y consumidores de los productos puedan recibir información y capacitación acerca de los mismos. Así mismo, en la página web de Omg Makeup las personas podrán encontrar reseñas donde puedan encontrar la descripción del producto, los beneficios que tiene según la necesidad de la persona, para qué tipo de piel es ideal, entre otras cosas. En este ítem es necesario resaltar que la categoría que se quiere trabajar durante todo el proceso comunicativo de Omg Makeup es la Educomunicación.

Anexo #4.

Ficha Ponencia.

FICHA AVANCE PONENCIA	
Nombre del emprendimiento	Omg Makeup
Descripción de la intencionalidad comunicativa del producto (ponencia)	Dar a conocer a los asistentes al coloquio el emprendimiento, cómo surgió y el proceso de avance que ha tenido desde su creación en noviembre de 2018 a abril de 2019. Asimismo, resaltar la importancia comunicativa que tiene el proyecto la cual

	está enfocada en un proceso de enseñanza a los clientes de Omg Makeup en diferentes aspectos relacionados al maquillaje
Público objetivo (ponencia)	El público al que está destinada la ponencia son los estudiantes y los docentes de la Universidad Santo Tomás.
Estructura narrativa del producto comunicativo (ponencia) De acuerdo con el objetivo y el público ¿cómo va a contar su idea de negocio?	Para cumplir con el objetivo de la ponencia, el producto tendrá la siguiente estructura: 1. Idea de negocio ¿Cómo surgió Omg Makeup? 1. Aporte comunicativo al proyecto 2. Cómo se llevará a cabo la intención comunicativa 3. Experiencias del proceso de emprender desde 2018-2019
Descripción de la idea de negocio (Máximo 150 palabras).	Omg Makeup es una empresa, inicialmente con funcionamiento de manera virtual, que busca la creación colectiva de conocimiento, es decir educar en conjunto con los clientes a través del uso de las redes sociales utilizando diferentes herramientas tecnológicas que a futuro puedan modificar las prácticas de maquillaje de un grupo específico de personas. Además, tiene como plus competitivo y como ética profesional, la inclusión y comercialización de productos a través de la imagen de modelos no convencionales, tales como: Indígenas,

	comunidades afro, hombres, comunidades LGTBI, etc. A partir de esto, se dedica a la importación de cosméticos 100% originales desde Estados Unidos ofreciendo calidad en los productos a precios asequibles para todas las personas.
Problema o necesidad a resolver	Los productos cosméticos que se comercializan a través de publicidad a nivel mundial, no son incluyentes con todos los sectores de la sociedad, afectando de manera directa la autoestima de hombres y mujeres que sienten que no encajan en esos estándares de belleza ya establecidos, además evidenciamos la falta de acceso a maquillaje original a precios accesibles para diferentes grupos de consumidores y así mismo, la falta de confianza para la compra de los mismos productos de manera virtual.
Resumen (Máximo 250 palabras) Descripción del proceso de desarrollo de la idea.	1. Iniciamos con el análisis de las tendencias de maquillaje en el mercado e identificamos que el maquillaje solo estaba enfocado en un grupo exclusivo de la sociedad. 2. Posteriormente realizamos la identificación de marcas y productos potenciales para todo tipo de clientes, sin importar la raza, edad, religión, orientación sexual, entre otras.

	3. Analizamos los proveedores, costos de envío y legalización de la mercancía en el país. 4. En este momento estamos en proceso de adquisición de herramientas tecnológicas que permitan educar a nuestros clientes de una manera didáctica, como: Tienda virtual, apps para edición de fotos, creación de avatar, para realizar piezas comunicativas que permitan crear y difundir conocimiento sobre nuestros productos y el cuidado de la piel. 5. A futuro queremos realizar publicidad mediante Instagram, donde los modelos sean de todas las poblaciones de la sociedad (Indígenas, afros, LGTBI, hombres que gusten del maquillaje, mujeres jóvenes, mayores, con imperfecciones en la piel, líneas de expresión marcadas, etc. 6. Realizar alianzas con diferentes movimientos de la sociedad que estén conformados por grupos de comunidades vulnerables y no utilizadas como imagen de campañas publicitarias, por ejemplo: Mujeres víctimas de ataques con ácido. 7. Construir una tienda física en Bogotá, donde no solo se venda el maquillaje, sino que se brinde cursos de maquillaje profesional para todo tipo de piel, cuidado de la piel y del maquillaje adquirido.
--	---

Autores ponencia	Paula Andrea Corzo Gutiérrez Nathalia Cristancho Castaño Valentina Díaz Pacheco María Alejandra Mujica Trespalacios.
Categorías	● Emprendimiento ● Comunicación en las redes sociales ● Planeación estratégica ● Educomunicación ● Belleza y estética. ● Inclusión.
Principales referentes	Emprendimiento: Cantillon citado por Formichella, 2004. Comunicación en las redes sociales:Castells citado por Gallo, Mora & Rozo, 2013, Byung Chul Han, 2012, Piscitelli, Adaime & Binder, 2010. Planeación estratégica: Bojórquez, 2013. Educomunicación:Soares, 2009,Huergo, 1997. Belleza y estética: Baumgarten citado por Soto, 2007, Salabert citado por Keizman, 2007.

	Inclusión: Papaz, S,f.
--	-------------------------------

Anexo #5

Estudio de mercado

1. problema se va a ayudar a solucionar a los clientes? ¿Cuál es la necesidad que se va a satisfacer?
 - **Omg Makeup:** Más que un problema, lo que se quiere satisfacer es una necesidad tanto a nivel estético con relación a los cosméticos y a la calidad de cosméticos que se traen de Estados Unidos como a nivel emocional, brindando a cada mujer tips de belleza, tips de autoestima para sentirse bien consigo misma.

2. **Canales:** ¿Cuál va a ser el medio por el que se va a hacer llegar la propuesta de valor al grupo de clientes objetivo? La estrategia de marketing online es clave en este ítem
 - **Omg Makeup:** La propuesta de marketing online es con el uso de redes sociales como Instagram y Facebook y adicional se creará una herramienta plus la cual será la página web donde cada persona que desee adquirir nuestros productos encuentre la descripción y beneficio de cada uno, además de tips y tutoriales para hacer el uso correcto de ellos.

3. **Relación con clientes:** ¿Cómo va a ser la relación con los clientes? ¿Dónde empieza y dónde acaba la relación con ellos?
 - **Omg Makeup:** La relación con el cliente inicia desde el momento en el que se hace el contacto, ya que desde ese punto con la atención brindada se busca la fidelización. Además de poder brindar videos de como utilizar los productos, beneficios e incluso consulta con un dermatólogo aliado a la empresa.

4. **Flujo de ingresos:** ¿Cómo se va a ganar dinero? Poner todas las opciones que se ocurran, ¿cuánto está dispuesto a pagar el cliente del grupo focal?
 - **Omg Makeup:** Inicialmente, la forma de ganar dinero va a ser a través de las ventas virtuales por Instagram y la asistencia a ferias empresariales para llevar a conocer a más población fuera de lo digital Omg Makeup. El cliente podría estar dispuesto a pagar desde \$11.000 a \$65.000

5. Recursos clave: ¿Qué se necesita para llevar a cabo la actividad de la empresa ?
Recursos físicos, económicos, humanos o intelectuales

- **Omg Makeup:** Inicialmente se necesita una inversión de alrededor de 2 millones para tener variedad de productos de calidad y originales que puedan brindar a cada cliente seguridad en los productos que están adquiriendo. Adicional, se requiere de un manejo básico de redes sociales, de programas de edición y conocimiento de los productos que se están ofreciendo.

6. Actividades clave: ¿Cuáles son las actividades clave para empresa? ¿A qué se dedicará la empresa?

- **Omg Makeup:** Las actividades clave de la empresa inician con el manejo constante de las redes sociales, las cuales permitan dar a conocer los productos, la información acerca de los mismos y la forma en cómo se hacen atractivas las publicaciones para atraer clientes. La empresa se dedicará a la venta y distribución de cosméticos originales de alta calidad.

7. Asociaciones clave: Agentes clave con los que se necesita trabajar para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio (Proveedores, alianzas estratégicas)

- **Omg Makeup:** En este momento la propuesta inicial consiste en acercarse a influenciadores y youtubers conocidos, que ayuden a la difusión de la empresa por el voz a voz. También se han buscado alianzas con maquilladoras que muestren la calidad y bondades de los productos.

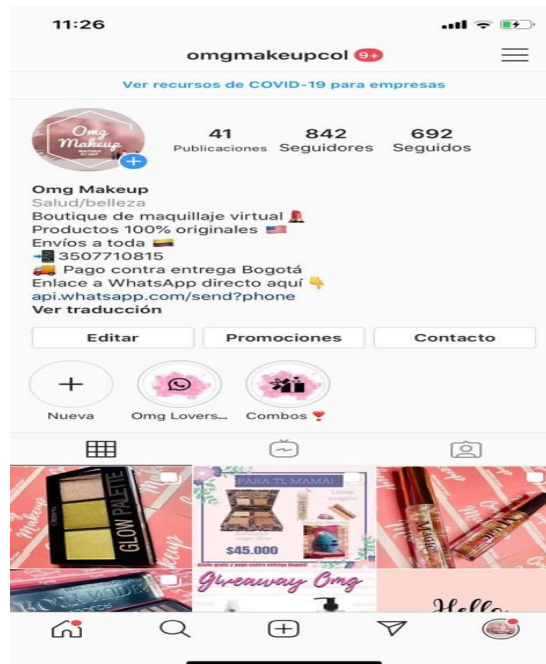
8. Estructura de costes: Después de analizar las actividades clave, los recursos clave y las asociaciones, y reflexionar sobre los costos de la empresa.

- **Omg Makeup:** Es necesario realizar un análisis acerca de los recursos clave que implican analizar a su vez el modelo de importación ya que sus costos son demasiado altos, e inclusive la adquisición de nueva mercancía se ve afectada con el aumento del dólar, lo que produce que los cosméticos aumenten su valor y sean menos competitivos ante el mercado.

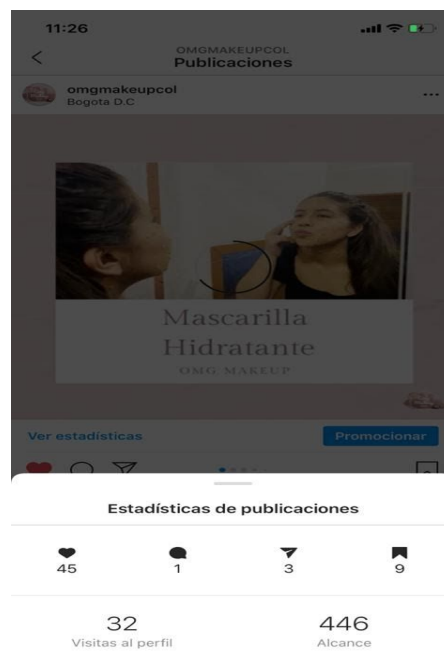
Anexo #6

Estadísticas de la página de instagram

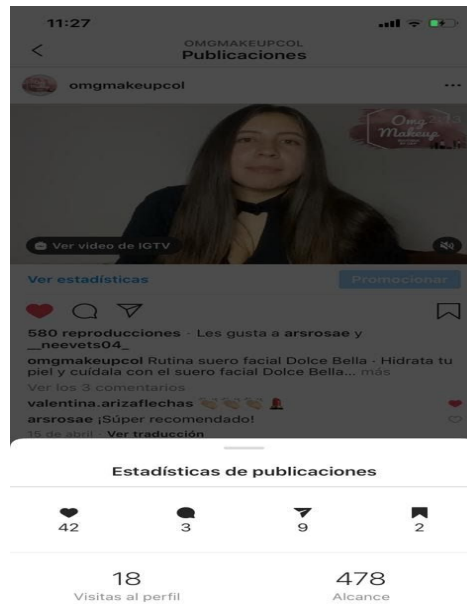
1. Perfil de Instagram de Omg Makeup con 842 seguidores y 41 publicaciones, información principal de la empresa y números de contacto.



2. Publicación de Omg Makeup de contenido de valor para los seguidores, no publicidad de un producto: Mascarilla Hidratante, con un alcance de 446 personas y una visita a la publicación de 32 personas, 45 likes, 6 personas guardaron la publicación, 3 redireccionaron la publicación a un mensaje interno a otra persona.



3.Publicación de Omg Makeup a modo de IG TV para promocionar un producto, mostrar los beneficios, y el paso a paso de aplicación del producto con un alcance de 478 personas, 18 visitas al perfil, 42 likes, 9 personas lo redireccionaron y 2 guardaron la publicación



4. Publicación de concurso por el día de la madre con impresiones de 15.179 personas, con 766 visitas al perfil y 3 direccionadas a la página web de Omg Makeup, 162 nuevos seguidores, 459 likes, 929 comentarios y 48 personas guardaron la publicación



Análisis del público

<

Estadísticas de la promoción

100% de tu presupuesto de COP\$ 18.000

Público

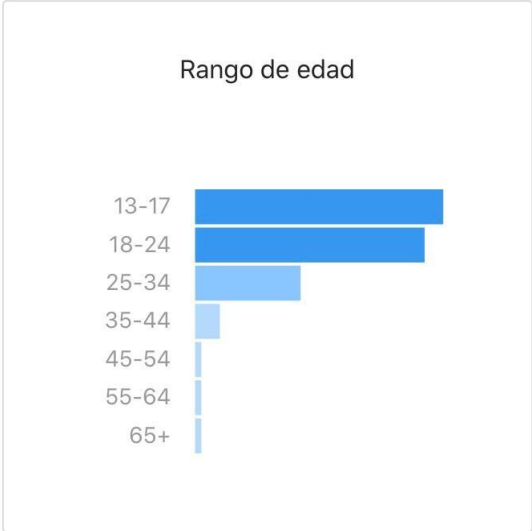


<

Estadísticas de la promoción

100% de tu presupuesto de COP\$ 18.000

Público

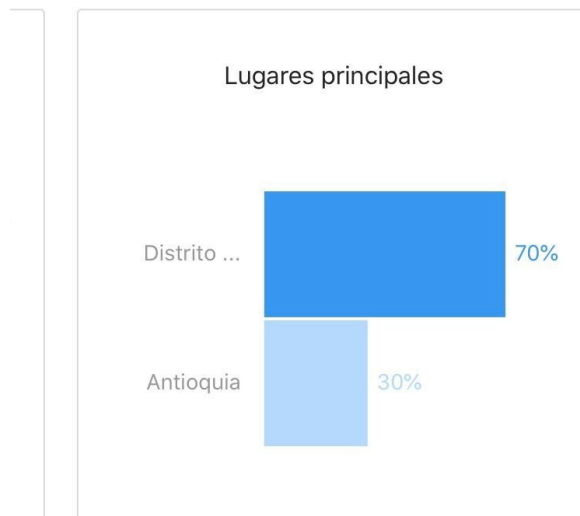


Público

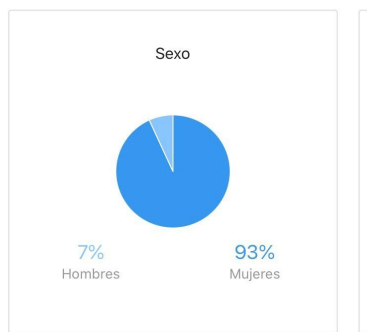


En otra publicación delimitada a solo el público de Bogotá y Medellín.

Público



Público



Anexo #7
Portafolio de la empresa

A continuación en el siguiente link se podrá encontrar el portafolio de Omg Makeup que se le ofrece a los clientes que nos contactan por Whatsapp, Facebook e Instagram.

<https://drive.google.com/open?id=1UgZdLod4QpfTVAo-tiAvp1kt6mkTgpnJ>