



ERELA
S.A.S



Proyecto Masaje Capilar Ebela

Loreine Dayana Tejeda Mora

Katheryn Julieth Santamaría Fajardo

Hernán Camilo Ospina Calderón



@ebela_capilar

Instagram

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Santa Marta, Magdalena

Opción de Grado III

2020



COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Loreine Dayana Tejeda Mora, identificada con cédula de ciudadanía N° 1083031292 de Santa Marta y Katheryn Julieth Santamaría Fajardo con cédula de ciudadanía N° 1082976998 de la ciudad de Santa Marta, ambas estudiantes del programa académico Comunicación Social, regional Magdalena; junto a Hernán Camilo Ospina Calderón identificado con cédula de ciudadanía N° 1.109.294.022 de Tolima, estudiante del programa de Contabilidad Pública, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

Loreine Tejeda Mora

Katheryn Santamaría

Hernán Ospina C.



Tabla de contenido

I.	Resumen ejecutivo.....	7
	• Introducción.....	9
	• Objetivos.....	10
	• Claves para el éxito.....	11
II.	Descripción de la idea de negocio.....	14
	• Características bioquímicas del producto	16
	• Atributos del producto.....	18
	• Cliente potencial	19
	• Necesidad del producto.....	20
	• Localización de masaje capilar Ebela.....	22
	• Preferencia por el producto	23
	• Factor Innovador	24
III.	Presentación de la empresa.....	25
	• Marca.....	27
	• Presentación del producto.....	28
IV.	Portafolio de productos	28
	• Fijación de precio del producto.....	31
	• Beneficio del producto.....	33
V.	Direccionamiento estratégico.....	34
	• Objetivos e indicadores de gestión.....	34
	• Futuro preferido.....	37



• Misión	38
• Valores empresariales.....	38
• Cadena de valor.....	40
-Ventaja competitiva.....	44
VI. Estructura organizacional.....	44
• Organigrama.....	46
• Personal requerido.....	46
VII. Estudio Legal.....	51
VIII. Estudio Financiero.....	53
• Plan de inversión.....	53
IX. Plan de financiación.....	58
X. Costos.....	59
XI. Gastos.....	65
XII. Ingresos.....	65
XIII. Análisis del punto de equilibrio.....	71
XIV. Estado de resultados.....	73
XV. Balance general.....	75
XVI. Flujo de caja	78
XVII. Indicadores de evaluación.....	81
XVIII. Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	84
XIX. Bibliografía.....	87

Índice de figuras

Figura 1. Diseño y prototipo de las presentaciones de masaje capilar Ebela.....	29
Figura 2. Beneficios y cualidades del masaje capilar Ebela.....	34
Figura 3. Estructura organizacional de la empresa Ebela S.A.S.....	46



Figura 4. Proyección de ventas anual de masaje capilar Ebela.....	67
Figura 5. Plan de ingresos anual de la empresa Ebela S.A.S.....	70
Figura 6. Gráfica de descripción de punto de equilibrio.....	72

Índice de tablas

Tabla 1. Costos de producción para 3ml de masaje Ebela	30
Tabla 2. Precio de ML y empaque por presentación de masaje Ebela.....	31
Tabla 3. Fijación de precio al detal y al por mayor de masaje capilar Ebela.....	32
Tabla 4. Actividades primarias y secundarias de la empresa Ebela S.A.S.....	40
Tabla 5. Requisitos y perfil de contratación de la empresa Ebela S.A.S.....	49
Tabla 6. Presupuesto e inversión Ebela S.A.S.....	54
Tabla 7. Salarios definidos según la profesión y el cargo.....	55
Tabla 8. Gastos y costos de Ebela S.A.S.....	56
Tabla 9. Total del plan de inversión.....	57
Tabla 10. Materia prima necesaria para producir 3 ml de masaje capilar Ebela...59	
Tabla 11. Costo de mano de obra por hora para la planta de producción.....	61
Tabla 12. Costo del personal de planta administrativa por hora.....	61
Tabla 13. Costos de CIF y sus respectivos precios.....	62
Tabla 14. Costeo de producción específico de acuerdo a cada presentación del producto masaje Ebela.....	64
Tabla 15. Total de gastos fijos de la empresa Ebela S.A.S.....	65
Tabla 16. Total de ingresos de Ebela S.A.S, teniendo en cuenta los gastos y proyección de venta.....	68
Tabla 17. Punto de equilibrio del mes de Enero de la empresa Ebela.....	72
Tabla 18. Estado de resultado de la empresa Ebela S.A.S, del 1 de enero-31 diciembre.....	74
Tabla 19. Balance general, activos y pasivos de la empresa Ebela S.A.S.	76
Tabla 20. Flujo de caja semestral de Ebela S.A.S.....	79
Tabla 21. Indicadores de evaluación y recuperación de la inversión.....	82



I. Resumen ejecutivo

La empresa Ebela S.A.S es una organización que piensa en el cuidado personal de la mujer y por eso ha creado para ellas MASAJE CAPILAR EBELA, un producto nuevo que busca cuidar el cabello y mantenerlo sano, para uso de cualquier tipo de cabello. En el mercado de la belleza aunque existen una gran variedad de estos productos, desafortunadamente los productos que podemos encontrar no son muy buenos para que nuestro cabello pueda estar hidratado de la mejor manera, es decir, que no contenga químicos que muchas veces juegan en contra de la salud del cuero cabelludo y que incluso puede provocar enfermedades como pérdida de cabello, caspas, entre otras.

Buscamos demostrar la importancia que tiene la utilización de este producto natural que tiene propiedades nutritivas, que le dan brillo al cabello, logrando una apariencia como recién salido de un salón de belleza.

Este producto que por su calidad y precio en el mercado, esperamos que en los primeros 3 años conquistemos un espacio importante en el mercado competitivo, teniendo en cuenta que los productos naturales que están en el mercado tienen un precio similar o un poco más elevado que masaje Ebela, y que podría conseguir los mismos resultados, hay que destacar que este producto es libre de Paraben, sin sal y 100% natural.



La empresa se localizará en la ciudad de Santa Marta, inicialmente empezaremos con el comercio electrónico usando la red social Instagram, también pretendemos comercializarlo y distribuirlo en las tiendas, salones de belleza, peluquerías en los sectores más concurridos de la ciudad.

Posteriormente nos proyectamos a largo plazo hacia un mercado más amplio, en el que contemos con una página web y un local que se ubique en el centro de la ciudad.

Esta idea de negocio surge en el año 2019, para las fechas del amor y amistad en la que decidí ponerme el reto de regalar algo diferente a mi familia y amigas, siempre había oído sobre los beneficios regenerativos de la sábila, miel, principalmente, estude un poco respecto al tema y empecé a hacer de manera artesanal lo que sería *Masaje Capilar Ebela*.

No imagine que los resultados serían tan sorprendentes en el cabello, a quienes les obsequie el regalo notaron un producto natural capaz de cuidar su cabello; luego de un tiempo mi familia y amigas me animaron a emprender este proyecto, que hoy me reta a mí como persona y como profesional.



Introducción

El producto "MASAJE CAPILAR EBELA", es un amigo aliado para mantener hidratado el cabello de las mujeres, su principal objetivo es conservarlo sano y tenerlo de la mejor manera. Por ello, en el presente trabajo se estudiarán los pasos para la creación, diseño, lanzamiento de este nuevo producto al mercado, en el que desafortunadamente no se tiene en cuenta los efectos secundarios de los químicos, por eso crearemos un producto que se libre de químicos y que evite resentir el cuero cabelludo, buscamos vender un masaje que sea seguro y que genere confiabilidad al cliente.

Dando a conocer el MASAJE CAPILAR EBELA, buscamos satisfacer las necesidades de los consumidores; brindándoles un producto que proporcione brillo al cabello, que lo rejuvenezca, lo nutra y sea anti frizz, para esto hemos establecido las estrategias de distribución, así como también se ha determinado la marca, la etiqueta y su empaque, el producto viene en 3 presentaciones, en el que utilizaremos materiales biodegradables, una de ellas viene como opción regalo y una tarjeta de obsequio, este tendrá una cantidad de 200 ml, las otras cantidades equivalen a 220 ml, cuyo recipiente es un dispensador y un repuesto de 300 ml.

Nuestro mercado objetivo son mujeres (entre 21 y 60 años) que deseen siempre lucir un cabello perfecto para cualquier ocasión, que sientan que con Ebela tienen la posibilidad de tener un salón de belleza en casa, mujeres que se caractericen por su personalidad fuerte, segura, proactiva, competitiva, extrovertida etc, y que quieran lucir siempre hermosas.



Este masaje capilar para el cabello recibe el nombre de ‘Ebela’, el cual se formó con las consonantes y vocales que corresponden a los aportes de la sábila pero dándole un toque de originalidad y que causará recordación, su eslogan es ‘Brillo al instante’ y esto se debe a que la materia prima principal con la que se trabaja logra estos resultados, gracias a sus propiedades curativas, antioxidantes, astringentes y regenerativas que aportan fuerza al cuero cabelludo, ayudándolo a crecer y a producir de manera natural mayor cantidad de queratina.

Objetivos

Objetivo General

- Crear un masaje capilar con ingredientes naturales que revitalice, de brillo, suavidad, sedosidad al cabello maltratado y que sea anti frizz, ideal para mujeres que deseen lucir un cabello de radiante.

Objetivos Específicos

- Conseguir un incremento en las ventas por mes entre los rangos 0.5% al 1.25 %.
- Dar a conocer en 3 años el producto en el mercado regional y que sea reconocido como aliado del medio ambiente.



- Plantear estrategias de marketing que permitan la captación de clientes nuevos en el comercio electrónico y un crecimiento mensual de clientes de un 15%.

Claves para el éxito

1. Materia prima

La sábila junto a otros productos naturales nos ayudará a que el producto sea más efectivo que otros, dando resultados positivos y duraderos desde las primeras aplicaciones, puesto que masaje capilar Ebela es más natural y contiene menos químicos que el resto de los masajes capilares que se encuentran en el mercado.

Además de garantizar que la materia prima es de primera calidad, y que son elementos naturales que poco se escasean, lo que a su vez brindará una producción estable del producto masaje capilar Ebela durante todo el año.

2. Precio

Tener un precio accesible, nos brinda la posibilidad de que todas las mujeres puedan utilizar el producto sin que influya el nivel de estrato social y así tendremos mayor probabilidad de generar mayor número de ventas; lo que se desea es que el cliente tenga en cuenta que, el



valor del producto es proporcional a las propiedades y beneficios nutritivos que masaje capilar Ebela logra, lo que conllevaría a que el cliente desee siempre preferirnos por la calidad y eficiencia de todos los ingredientes naturales que reparan y dan brillo al instante, dejando el cabello sedoso.

Para una mujer que desee verse empoderada y lucir bien sabrá por experiencia que, ante otros productos del mercado, lo natural prima sobre lo químico, por eso, el precio no será una excusa para adquirir Ebela.

3. **Distribución**

El masaje capilar Ebela, es un producto que será de fácil acceso pues su distribución abarcará casi todos los sitios y lugares más concurridos por las mujeres.

Por eso, la localización del producto será amplia en el área urbana de la ciudad de Santa Marta, y a largo plazo ubicarnos como local en el centro histórico de la ciudad donde hay gran afluencia de personas y turistas.

El producto estará en los comercios pequeños como peluquerías, almacenes de cosméticos, salones de belleza; a mediano plazo en almacenes de cadena. Por lo que el masaje capilar Ebela será un producto que se encontrará en casi todos los puntos de belleza, y que su circulación en el mercado no será difícil de hallar, pues siempre estará a la mano de nuestros clientes objetivos.



4. Promoción

Planificar estrategias que nos permitan dar a conocer el producto a los futuros clientes, consiste en hacer uso de incentivos o promociones de ventas que tengan como objetivo lograr que el cliente repita la compra.

Por ejemplo, podemos hacer uso de tarjetas de puntos acumulables que les permita al cliente ir acumulando puntos a medida que adquiera nuestros productos, y que luego, al llegar a acumular un determinado puntaje, puedan canjearlos por algunos de nuestros productos o usarlos para acceder a descuentos especiales.

5. Calidad

Ofrecer un producto que cuente con insumos de primera calidad, que tenga un diseño atractivo y que sea un amigo del medio ambiente, que sea durable en el tiempo y que satisfaga necesidades, gustos y preferencias.

El ofrecer un producto de buena calidad nos permitiría ganar la preferencia del cliente, lograr que este a través de la experiencia con masaje capilar Ebela repita la compra, y a la postre, lograr que se convierta en uno de los más reconocidos dentro del mercado competitivo y con mayor demanda.



II. Descripción de la idea de negocio

Actualmente, los mercados que existentes se están enfocando en productos que garanticen a las mujeres que se verán y sentirán mejor si los utilizan, así ayuda a la consumidora a mejorar su autoestima, tener mayor seguridad, sentirse más saludable y con más confianza. Las tendencias de la industria de productos cosméticos para el cabello son bastante favorables, pues el solo hecho que la población esté creciendo constantemente favorece a este mercado. En la actualidad las mujeres se preocupan más por su apariencia, lo que hace que la creación de estos productos contribuya a ampliar el mercado.

Por eso, la empresa Ebela SAS ha creado un producto llamado 'MASAJE CAPILAR EBELA', producto destinado a cuidar la salud del cuero cabelludo de las mujeres, se enfoca precisamente en elaborarse netamente con ingredientes naturales que tienen una producción anual estable, garantizando así una buena apariencia física para el cabello como también un alto grado de seguridad en cuestión de salud.

Es un producto que busca satisfacer muchas necesidades en una sola creación, ideal para cualquier tipo de cabello, su función es controlar el anti frizz, revitalizar el cabello, darle vida, evitar enfermedades y lograr que este luzca radiante favoreciendo aún más la belleza física de las mujeres. El cual tendrá un precio accesible dentro del mercado, garantizando además una producción constante en el mercado puesto que su materia prima con la que se elabora, es estable en todas las épocas del año.



Este proyecto que nace en la ciudad de Santa Marta, inicialmente venderá el producto a través de los portales en internet dedicados al comercio electrónico o E-commerce, proyectado para un mercado con tendencia a la compra virtual. Aprovecharemos las ventajas tecnológicas existentes para promocionar nuestra línea generando, al mismo tiempo, ventas efectivas.

En ese sentido hay que tener en cuenta que los datos estadísticos que proporciona la (Andi, 2015), muestran que la industria de la belleza, especialmente en el subsector cosméticos del que hacen parte los productos de aseo personal, maquillaje y tratamientos para el cabello, la producción nacional en el año 2015 alcanzó una representación del 5% en el sector, respecto a la producción en Latinoamérica, y a nivel de país una producción del 52%.

La Revista (Dinero, 2015), en uno de sus artículos 'Industria de la belleza vislumbra un buen futuro en Colombia' afirma que estos subsectores proyectan un crecimiento de **3,9%** y **4,3% anuales**, respectivamente, entre 2014 y 2019, así lo anotó un análisis que realizó la Cámara mencionada con antelación. Porcentaje de crecimiento que se han mantenido en esos rangos durante los últimos 4 años.

A inicios del año 2020 se entregó un dato relevante y muy importante para la industria de la belleza en el país, que se conoció por parte de Juan Carlos Castro, Director ejecutivo de la Cámara de la Industria Farmacéutica y de Aseo de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi), quien destacó que en referencia a los países de América Latina, Colombia es el tercer mercado más relevante para la belleza y cuidado personal, por debajo de Brasil y



México.



Manifestó además que el cuidado del cabello hace parte de una de las categorías de mayor consumo, reflejando un número de ventas significativo en la industria cosmética, con un valor representativo de US\$546,5 millones. Anotó Castro que, “el crecimiento que obtuvo la industria en el 2019 fue de 3,8%, con un registro de ventas de US\$3.572 millones”. Entrevista tomada del periódico económico, empresarial y financiero de Colombia, (Republica, 17 de febrero de 2020).

Características fisicoquímicas del producto

El uso que se hace de esta planta para la creación de nuestro producto viene dado por el hecho de que tiene muchas propiedades naturales que benefician la salud del cabello, por eso dentro de las características destacamos la acción de sus principios activos como: vitaminas, aminoácidos, minerales, enzimas, entre otras, que favorecen por la gran capacidad de penetración que tiene su propio poder astringente la nutrición y crecimiento del cabello.

La Sábila que representa la materia prima del producto, cuenta con un poder antioxidante del aloe vera que es vital porque estimula el sistema inmunológico, protegiendo al organismo de disfunciones orgánicas e infecciones y previene el envejecimiento. Las vitaminas también son imprescindibles para la transformación de los alimentos en los procesos metabólicos en energía.



En el aloe vera encontramos las siguientes vitaminas: Provitamina A (betacaroteno), Vitamina B (colina), Vitamina B1 (tiamina), Vitamina B2 (riboflavina), Vitamina B3 (niacina), Vitamina B6 (piridoxina), Vitamina B9 (ácido fólico), Vitamina B12 (cianocobalamina), Vitamina C (ácido ascórbico) y Vitamina E (tocoferol).

Contiene minerales que son esenciales para el equilibrio bioquímico del organismo, los cuales interactúan con vitaminas y enzimas para la defensa contra ciertas enfermedades y para prevenir afectaciones. El aloe vera contiene más de veinte minerales como son calcio, zinc, cobre, cromo, germanio, hierro, manganeso, magnesio, potasio y sodio, entre otros.

Mientras que los aminoácidos son la base de las proteínas y su función es clave para la construcción y regeneración de tejidos y el buen funcionamiento del cerebro. Se denominan aminoácidos esenciales aquellos que el organismo no fabrica por sí mismo, y por eso necesitamos incluirlos en nuestra dieta. El aloe vera tiene siete de los ocho aminoácidos esenciales y dieciocho aminoácidos no esenciales o secundarios.

Entre los principales aminoácidos presentes en el aloe podemos citar la arginina, la lisina o el triptófano, aunque no hay que olvidar la presencia de ácido aspártico, ácido glutamínico, alanina, cistina, glicina, glicocola, fenilalanina, histidina, hydroxypolina, isoleucina, leucina, metionina, prolina, tirosina, serina, treonina y valina entre otros aminoácidos.

Las enzimas son aquellas que transforman las proteínas en aminoácidos, actuando junto a las vitaminas y los minerales. Entre las enzimas que se hallan en el aloe vera la alinasa,



amilasa, bradikinasas, celulasa, catalasa, lipasa, oxidasa y proteoliticas.

Otro de los grandes beneficios y propiedades curativas de esta planta son las antraquinonas que tienen muchas funciones, poseen laxantes, analgésicas, bactericidas y antiviricas. Las principales antraquinonas que tiene el aloe vera son el aceite etéreo, ácido aloético, ácido cinámico, ácido crisofánico, aloína, antraceno, antranol, barbaloina, emodina, isobabaloína y los resistonoles.

Además de todo lo mencionado, el aloe vera contiene otras sustancias como la lignina, las saponinas y los esteroides. Por ejemplo, la lignina permite la fácil penetración en la piel del gel y facilita el transporte de las demás sustancias a través de ella, de ahí el poder hidratante del aloe. Las saponinas tienen propiedades antisépticas y antibióticas, mientras que los esteroides son antiinflamatorios naturales que mantendrán un cabello sano.

Atributos del producto

Masaje capilar Ebela, contiene los siguientes atributos que brindan las propiedades naturales para proteger el cabello y liberándolo de los químicos. Es un producto que también tiene en cuenta la sostenibilidad ambiental.

Limpieza

Como masaje, el aloe vera penetra con facilidad en la piel del cuero cabelludo abriendo



los poros del cuero cabelludo, conduciendo todas las impurezas a la superficie para eliminarlas con facilidad. La combinación de aminoácidos y polisacáridos limpian y regeneran los tejidos sanos. Elimina la grasa y seborrea, expulsando los depósitos de grasa que obstruyen los folículos pilosos. Los síntomas desaparecen desde las primeras aplicaciones.

Eliminación de la caspa

El aloe vera combate la caspa y previene su reaparición. Es posible que en la primera aplicación se observe un aumento de la caspa suelta en el pelo, eso es debido a que el Aloe Vera desprende la capa adherida a la piel, pero se elimina con un simple cepillado. En sucesivas aplicaciones la caspa desaparece por completo.

Nutre

Contiene aminoácidos, vitaminas y minerales que nutren y revitalizan el cabello dándole fuerza y brillo. La sábila también actúa como propiedad regenerativa que ayuda a la irrigación sanguínea que tanto necesitan los folículos capilares para el correcto crecimiento del cabello y evitan su caída. Las antraquinonas que se comportan como anestesiasis ayudan a las tensiones musculares de la cabeza. Por eso también es saludable utilizarlo realizando suaves masajes para quitar el estrés.

Ciente potencial

El mercado objetivo que perseguiremos o que deseamos captar son las mujeres entre un rango de edad de 21 años hasta 60, para ellos va dirigida masaje capilar Ebela, un producto innovador que busca resaltar la belleza de la mujer considerando que el cabello es una parte



importante de la presentación personal de toda persona; este evitará que el cabello maltratado por las planchas, secadores, queratinas y demás procedimientos químicos que le roban vitalidad al cabello, recobren vida y brinden al cuero cabelludo las propiedades necesarias para restaurar la hebra capilar desde la raíz.

En este aspecto nos apoyamos en una investigación que realizó Fernando Marroquín Ciendua, docente asociado de la Escuela de Publicidad de Utadeo, quien estudia el comportamiento de las mujeres en la compra de los productos de belleza y cuidado personal, en el que se tiene en cuenta la marca y las recomendaciones que existen sobre estas, por encima de las que son ecológicas, la presente información señala que según las cifras de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), las mujeres en el país anualmente gastan aproximadamente 1, 2 millones de pesos en el área de cuidado personal, en el que se mostró un crecimiento en el mercado de los productos que son amigables con el ambiente. (Repositorio Institucional Expeditio, 2020)

Datos cuantitativos que nos permiten ver el panorama prometedor de adentrarnos en un mercado que se muestra estable y seguro, puesto que los productos de belleza son de uso indispensable para la mujer.

Necesidad del producto

Los productos cosméticos para el cabello son una parte importante del cuidado personal femenino, en donde se nota una creciente necesidad de estar comprando productos de belleza.



Cada día la lista que incluye los cosméticos funcionales se ve engrosada y se va poniendo de moda a medida que los consumidores dan cuenta de las bondades y propiedades de estos productos. Las investigaciones de mercado conducen hacia un concepto clave: la funcionalidad. Parece claro que los Productos más demandados serán los que sean más prácticos, cómodos, fáciles de llevar y rápidos de usar.

Dicha funcionalidad abarca a todo tipo de cosméticos, con independencia de su campo de aplicación. Se ha comprobado que la facilidad de utilización contribuye a aumentar la velocidad de introducción del producto en el competitivo mercado cosmético y es un requisito imprescindible si se quiere que los consumidores aumenten la frecuencia de uso e incluso añadan nuevos productos a su rutina de cuidados.

En contexto con lo anterior, las marcas cosméticas más reconocidas en el país (Nutribela, Capibell, Pantene, Savital, etc) que contienen químicos muchas veces empeoran y maltratan el cabello, aún más cuando estos químicos representan un riesgo para aquellas personas de cuero cabelludo sensible y que terminan con una reacción alérgica, es por ello, que pensamos en crear un producto que sea económico, pero que a diferencia de estos productos que encontramos en el mercado en gran cantidad sean libres y hechos 100% con ingredientes naturales.

Este producto llamado masaje capilar Ebela, que está hecho a base de sábila y contiene variedad de propiedades naturales proporciona nutrición, repara y restaura. Especialista en dar brillo, controlar el frizz, siendo su mayor atributo mantener un cabello sano, un producto ideal para las mujeres que desean lucir un cabello radiante, sin que tengan que preocuparse por



efectos secundarios de químicos o los daños causados por el uso constante de aparatos a los que exponen el cabello.

Aunque la competencia dentro de la industria cosmética es bastante amplia, y en referencia a ello, Colombia tiene en el mercado del subsector Aseo un tamaño que corresponde a \$9.61,1 US, con una proyección de crecimiento del 4,5% para el 2020, así lo consagra la información presentada por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI, 2017), fundamenta en las estadísticas de Euromonitor Internacional, líder en investigación cuantitativa y cualitativa de mercado estratégico independiente, especialista en análisis de productos y servicios en todo el mundo.

Nuestra meta principal como nuevo emprendimiento y producto en esta vasta industria es, satisfacer las necesidades que exige el consumidor y cliente potencial, motivados por ayudar a que las mujeres se sientan más seguras con el uso de productos naturales.

Localización de masaje capilar Ebela

Masaje capilar Ebela se localizará en la ciudad de Santa Marta, capital del departamento del Magdalena, pero esta meta será a largo plazo, mientras realizaremos el producto de manera casera, teniendo en cuenta todas las indicaciones de los expertos en el tema y garantizando la seguridad para quienes hagan parte del proceso de creación del producto. Siendo explícitos, adecuaremos un espacio pequeño como especie de un laboratorio en el que contemos con los instrumentos esenciales para la elaboración del masaje, esto con el fin de generar menos costos e



invertir más unidades para la venta, teniendo en cuenta que nuestro modelo de negocio se base en el comercio electrónico a través de la red social instagram.

Nos proyectamos a que en un periodo máximo de 3 a 6 meses de haber lanzado el producto al mercado, podamos alquilar un local en el centro histórico de la ciudad, y que este tenga una ubicación estratégica que sea visible tanto a los samarios como para los turistas que visitan la Bahía más linda de América.

El producto también busca ser distribuido a los salones de belleza, peluquerías y a largo plazo colocarlo en tiendas de cadena.

Preferencia por el producto

Hay varias razones que contemplamos para que el cliente objetivo adquiere y se enamora del producto masaje capilar Ebela, una de ellas se relaciona con el precio el cual es muy accesible para cualquier persona sin discriminar el estrato social, aunque está demostrado que, en este sentido, a veces existe preferencia (marcas reconocidas), bien sea, por otros de menor o mayor valor en el mercado.

Sin embargo, estamos seguros de que las mujeres al probar masaje capilar Ebela y notar resultados en la primera aplicación quedaran encantadas, pues el producto hablará por sí mismo, además de que está elaborado con ingredientes 100% naturales, pues la sábila como la materia prima principal del producto, en compañía de la miel y otros componentes beneficiarán con sus propiedades curativas, antioxidantes y astringentes el cuero cabelludo, devolviéndole vida al cabello maltratado, brillo al instante, y aportando un alto grado de nutrientes, vitaminas y



minerales que protegerán la salud del cabello.



Otro motivo tentativo por el que los consumidores elegirán masaje Ebela, es porque este producto viene en 3 presentaciones que le brinda una alternativa al cliente, siendo estas un obsequio de regalo, un repuesto y un dispensador tradicional. Pero no menos importante tener en cuenta que estos materiales serán biodegradables, pues Ebela es una marca amigable con la preservación del medio ambiente.

Como referencia de lo antes expresado, según la investigación del profesor Fernando Marroquín Ciendua, se estudiaron variables respecto a la incidencia de la publicidad en la compra de productos de la industria cosmética con atributos hacia el cuidado ambiental y la percepción que tienen en cuanto al consumo ecológico, como parte de este estudio, estadísticamente fueron 200 mujeres bogotanas, de diferentes estratos socioeconómicos, según lo afirma el profesor las mujeres mostraron una tendencia de ser receptivas frente al cuidado medioambiental, comenta con base a los datos obtenidos que se pudo conocer que aquellas mujeres que pertenecen a los estratos 2 y 3 tienen poco conocimientos acerca de los productos cosméticos que poseen características ecológicas; resaltó Marroquín Ciendua que en estos estratos el precio influye en la compra. (Repositorio Institucional Expeditio, 2020)

Factor innovador

Es la accesibilidad que tendrá Masaje capilar Ebela de localizarse en el mercado, que estará casi a la mano de nuestro cliente objetivo, haciendo énfasis en que los productos 100% naturales no suelen ser tan fáciles de encontrar, pues como empresa queremos que el producto



sea encontrado en cualquier lugar, principalmente a los sitios donde concurren las mujeres constantemente como lo son los salones de belleza, peluquerías y tiendas de cadena, a corto plazo tenemos dispuesto ubicarnos en el centro histórico de la ciudad pero a largo plazo.

En ese sentido cabe resaltar, la importancia del comercio electrónico que a través de instagram podemos llegar a captar clientes de otros lugares del país.

Como ventaja en el factor innovador garantizaremos la efectividad de los canales de comunicación y las estrategias de marketing planteadas que buscan satisfacer las necesidades de las mujeres con un solo clic y aumentar con esto las ganancias y a su vez la producción, por eso también nos preocuparemos por tener un perfil profesional de la comunicación social en la empresa, que sea especialista en manejo de redes sociales y que priorice la comunicación entre la organización y el cliente como un atractivo que le permitirá al cliente sentir que el producto estará siempre a su alcance.

III. Presentación De La Empresa

Ebela S.A.S es una empresa que pertenece al mercado de la industria cosmética y de aseo personal, dedicada a la creación de productos para el cuidado del cabello, especialmente nos concentramos en elaborar masajes capilares a base de ingredientes 100% naturales, que garantizan mantener el cuero cabelludo sano y restaurar el cabello maltratado, nuestros productos



son libres de Paraben, sal y químicos, focalizados en ayudar a las mujeres que deseen lucir radiantes como recién salidas de un salón de belleza.

Nuestro propósito es contribuir a la presentación personal de la mujer, empoderándola, hacerla sentir bella, y que este segura de que los productos que la empresa lanzará al mercado son la mejor opción para cuidar su cabello, además de que somos una marca que promueve el consumo ecológico.

Contamos con un equipo capacitado y especializado para garantizar la calidad de los productos y de la materia prima utilizada, medidas de seguridad e implementos necesarios para realizar de manera cacer a el producto, así como también preocuparnos por satisfacer las necesidades del cliente y trabajar siempre en aras de beneficiar su bienestar.

Somos una empresa que nació en la ciudad de Santa Marta, pero inicialmente tenemos como modelo de negocio el comercio electrónico a través de la red social Instagram.

@ebela_capilar. El producto con el que fue posible la construcción de esta empresa ‘masaje capilar Ebela’, surge de un experimento en el año 2019, en la fechas de amor y amistad, en la cual me disponía a regarle un masaje para el cabello a mis seres queridos como un presente, en vista de los buenos resultados me anime a emprender este proyecto tan bonito que busca llenar de alegría el corazón de las mujeres samarias y las del resto de Colombia.



Nuestro compromiso con el cliente es brindarles un producto de calidad, de fácil acceso y a costos en el mercado muy bajos pero con el que pueden conseguir grandes resultados. Como conocedores de un mercado tan cambiante Ebela S.A.S está dispuesta al cambio y la transformación, a trabajar de la mano con la creatividad, la innovación y la tecnología.

Marca

La empresa recibe por nombre Ebela, dado la composición de Aloe-Vera en la que se toma la última vocal de la primera frase (e) añadiéndole (vela) parte de la descomposición de Vera a la que le modificamos (V por B, y R por L).

La marca se crea con el propósito que tenga afinidad con su materia prima principal (sábila). Es un logo agradable a la vista, con colores neutros que expresan confianza, elegancia y seguridad, su tipografía es una letra en serifa, interesante y atractiva a la vista.

El nombre Ebela es de fácil recordación, por lo que también le apostamos al branding, trabajando en pro de dar a conocer la marca en el mercado en tiempo record y que creemos a través de la identidad corporativo en conjunto con lo que le ofrecemos al cliente una relación y conexión con los productos que fabrica Ebela S.A.S.



Presentación del producto



La marca se cimienta sobre dos pencas de Sábila (la base primordial del producto masaje capilar Ebela), y junto a ello lo acompaña el eslogan del producto ‘brillo al instante’, puesto que la mayoría de los ingredientes con los que se elabora el masaje son ricos en propiedades nutritivas que aportan un porcentaje importante de brillo natural al cabello.

IV. Portafolio

La empresa Ebela SAS presenta su primer producto: ‘Masaje Capilar Ebela’, este viene en tres presentaciones y distintas cantidades, por lo cual también tendrán un precio distinto. Por eso, a continuación sustentamos con gráficos la investigación previa que se realizó para determinar el valor de cada presentación, cuánto vale cada ml, el costo de cada empaque, y qué valor tiene el producto al por mayor y al detal.



Figura 1

Diseño y prototipo de las presentaciones de masaje capilar Ebela.



Figura 1. Elaboración propia.

Además de los aspectos antes mencionados se realizó un estudio cuantitativo de la materia prima, la mano de obra utilizada, y todos los factores de costos necesarios a tener en cuenta en el cual incurre un empleador en un empleado, como lo son: cesantías e intereses de cesantías, primas de servicio, vacaciones, salud, pensión, ARL, Caja de Compensación Familiar, puesto que estamos extenso de SENA e ICBF, con estos valores se estimó el costo de producción, que a su vez permitió la fijación del precio real del producto. Estos elementos se explicarán de manera individual más adelante, cuando hablemos de costos, la siguiente tabla muestra esta información generalizada.



Tabla 1

Costos de producción para 3 ML.

COSTOS PARA 3000 ML	
Costo Materia Prima	\$ 24.237
Mano de Obra	\$ 27.702
Administración	\$ 41.528
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	\$ 22.209
TOTAL COSTO	\$ 115.676

Tabla 1. Elaboración propia.

Para ello, tomamos como referencia 3 litros, sobre esta cantidad medimos lo que necesitamos para producir masaje capilar Ebela, como conclusión el costo para 3 ml es de \$115.676.

Las siguientes tablas muestran los costos de los empaques del producto del masaje capilar Ebela en sus 3 presentaciones, y el valor de cada ML que corresponde a 39 pesos.

En relación al costo realizado de 3000 ml, el rendimiento del contenido de acuerdo a las presentaciones es:

- Presentación regalo, 15 unidades de masaje capilar Ebela.
- Presentación dispensador, 13 unidades de masaje capilar Ebela.
- Presentación repuesto, 10 unidades de masaje capilar Ebela.



Tabla 2

Precio de ML fijado y valor del empaque por presentación.

Presentación Regalo 200 ML		
Costo por ML	\$	39
Valor emp. regalo	\$	8
TOTAL COSTO	\$	9.400
Presentación Dispensador 220 ML		
Costo por ML	\$	39
Valor emp. dispensador	\$	5
TOTAL COSTO	\$	9.680
Presentación Repuesto 300 ML		
Costo por ML	\$	39
Valor emp. repuesto	\$	1
TOTAL COSTO	\$	12.000

Tabla 2. Datos relacionados con el costo de producción. Elaboración propia.

Fijación de precio por presentación

Esta información evidencia el costo final con el que saldrá al mercado el producto, las ganancias que la empresa obtiene en cada presentación y el margen de utilidad que se estipulo teniendo en cuenta las ventas al detal y al por mayor.



Tabla 3

Fijación de precio al detal y al por mayor de masaje capilar Ebela.

Presentación Regalo	Fijación de precio al Mayor Y Detal			
	Costo de Producción \$ 9.400			
	Tipos de Costos	Vr. Unitario	Ganancia	Margen de Utilidad
	Venta Por Mayor	\$ 12.220	\$ 2.820	30%
	Venta al Detal	\$ 13.160	\$ 3.760	40%

El producto contará con una presentación regalo, ofreciéndole al cliente la opción de este como un obsequio que puede regalar en cualquier ocasión.

Presentación Dispensador	Fijación de precio al Mayor Y Detal			
	Costo de Producción \$ 9.680			
	Tipos de Costos	Vr. Unitario	Ganancia	Margen de Utilidad
	Venta al Mayor	\$ 12.584	\$ 2.904	30%
	Venta al Detal	\$ 13.552	\$ 3.872	40%

En esta presentación el producto contará con un envase tipo dispensador que es reutilizable, brindando la posibilidad al cliente de comprar en su segunda comprar el repuesto y contar con el embase.



Presentación Repuesto	Fijación de precio al Mayor Y Detal			
	Costo de Producción \$ 12.000			
	Tipos de Costos	Vr. Unitario	Ganancia	Margen de Utilidad
	Venta al Mayor	\$ 15.600	\$ 3.600	30%
	Venta al Detal	\$ 16.800	\$ 4.800	40%

NOTA: las tablas son elaboración propia.

El producto en esta presentación le da el beneficio al cliente de tener mayor cantidad y de uso mas practico.

Beneficios del producto

El producto masaje capilar Ebela es un aliado poderoso para el cuidado permanente del cabello, sus propiedades naturales ofrecen multiples beneficios, he aquí en la siguiente gráfica alguno de ellos:



Figura 2

Beneficios y cualidades del masaje capilar Ebela.

Limpieza



El aloe vera penetra con facilidad en la piel del cuero cabelludo renovando las células capilares.

-Elimina todas las impurezas que se encuentran en la superficie del cabello.

-La combinación de aminoácidos y polisacáridos limpian .

-Regeneran los tejidos sanos.

Elimina la grasa y seborrea



La sábila y la miel como medicina natural expulsa los depósitos de grasa que obstruyen los folículos pilosos.

-Los síntomas desaparecen desde las primeras aplicaciones.

-Disminuye la aparición de la caspa

-Controla la irritación del cuero cabelludo

-Fortalece los folículos pilosos

Nutre y Repara



Las propiedades naturales de masaje Ebela:

-contiene

aminoácidos, vitaminas y minerales que nutren la fibra capilar.

-Revitalizan el cabello.

- Brinda fuerza y brillo.

Figura2. Elaboración propia.

V. Direccionamiento estratégico

Objetivos estratégicos e indicadores de gestión:

Crecimiento

1. Relaciones públicas

Fomentar la buena imagen de la empresa en el sector doméstico y belleza de Santa Marta



para posicionarnos en el nicho de micro y pequeñas empresas, estableciendo también alianzas estratégicas.

KPI: en 3 meses abarcar más del 10% de publicidad en el mercado y obtener ganancias mensuales de un 5% con alianzas estratégicas.

Ventas

2. Promoción de ventas

Incentivar la compra de nuestros servicios por medio de descuentos y bonos redimibles de un 20% de descuento para captar clientes nuevos y fidelizar los que ya tenemos.

KPI: obtener con esta estrategia un 30% de ganancias trimestrales y ampliar en un 10% nuestro portafolio de clientes.

3. Capital humano

Capacitar al personal de la empresa con charlas o talleres que les permitan asesorar con éxito al cliente y brindar un mejor servicio y/o atención al cliente.

KPI: generar un ingreso mensual del 25% en ventas a través de la red social instagram.

Fomentar espacios de recreación entre los empleados y jefes de manera periódica en el que se construya un ambiente laboral agradable.



KPI: esto permitirá la motivación entre ambas partes para trabajar por el logro de los objetivos y metas empresariales planteadas a corto y largo plazo.

4. Proceso calidad

Garantizar la calidad y el buen tratamiento en el proceso de transformación de la materia prima haciendo uso de métodos artesanales sin afectar las propiedades de la planta.

KPI: Hacer encuestas cada 15 días, para verificar si este valor cualitativo es una de las razones por la que los clientes prefieran masaje capilar Ebela ante otros productos competencia en el mercado.

Invertir gradualmente en aparatos tecnológicos que permitan agilizar los procesos de creación del producto y aumentar la capacidad de producción diaria.

KPI: cumplir con la proyección mensual de incrementar las ventas al 1.25% o un porcentaje mayor en el que se logren aumentar las ganancias de la empresa y ampliar el capital en la planta de producción.

Medio ambiente

6. amigables con el medio ambiente

Dar a conocer la empresa Ebela SAS desde nuestra página de Instagram como una organización comprometida con el cuidado del medio ambiente.



KPI: alcanzar mensualmente entre 5 y 10 personas como clientes nuevos.

Fidelizar a nuestros clientes en el segmento del mercado que apoya los productos de belleza sin maltrato animal.

KPI: que sea fiel a los productos naturales de la empresa Ebela, lo que permitirá que las ventas aumenten y amigables con el consumo ecológico.

7. Publicidad

Impulsar el producto masaje capilar Ebela por medio de campañas publicitarias en los medios de comunicación local con más audiencia de la ciudad de Santa Marta.

KPI: conseguir semanalmente a través de esta estrategia 5 clientes fijos y hacer seguimiento de su proceso con nosotros por dos meses hasta que los fidelicemos con el producto y la empresa.

Futuro preferido

En el 2023 seremos la marca más reconocida de cuidado del cabello en la ciudad y el departamento, diseñando y aplicando las mejores técnicas de conocimientos en el área de masajes naturales, brindando siempre calidad en nuestros productos y satisfacción completa al cliente.



Misión

Somos una empresa de alta calidad, con un nivel tecnológico y personal calificado, enfocados en el cuidado del cabello de la mujer, brindando la seguridad y el confort que necesita para vivir el día a día a plenitud, logrando así satisfacer las necesidades de nuestros clientes, que son nuestra razón de ser.

Valores empresariales

Transparencia

Brindarle al cliente de manera clara y oportuna la información sobre el producto Masaje Capilar Ebela, motivarlo al uso de productos 100% naturales garantizando siempre la veracidad de los ingredientes, propiedades y beneficios del masaje, esto con el fin de instaurar una confianza mutua con los clientes y ganar credibilidad.

Puntualidad

Somos una empresa comprometida y responsable con el tiempo de nuestros trabajadores y clientes, garantizamos la entrega de los pedidos a tiempo, respetando los días propuestos para fechas de entrega al detal y por mayor, reflejando la eficiencia y puntualidad del servicio que ofreceremos a cada cliente objetivo priorizando que el producto sea accesible y de fácil localización.



Responsable

Contamos con un personal responsable desde todas sus áreas y muy destacado por sus agilidades en trabajo grupal. Asimismo es importante decir que somos muy comprometidos con lo que hacemos para lograr un producto de calidad que satisfaga las necesidades de las mujeres que se preocupan por lucir un cabello sano y hermoso, y que estas puedan sentirse seguras con nuestro desempeño.

Excelencia

Buscamos la máxima excelencia y calidad de lo que ofrecemos, impulsando los resultados inmediatos que nos ofrece el producto Ebela, trabajando siempre con excelencia, amor y brindando una atención especial al cliente, con el propósito de que decidan quedarse con nosotros.

Transformación

Estamos dispuestos ante cualquier novedad o actualización en el mercado cosmético a generar cambios en pro de mejorar nuestro producto, por eso, contamos con las herramientas necesarias para el desarrollo propicio de masaje capilar Ebela, teniendo en cuenta las metas propuestas por la empresa y el logro de los objetivos empresariales.

Medio ambiente

Somos una empresa que a través de su producto masaje capilar Ebela busca sensibilizar e incentivar a las personas sobre el consumo ecológico, pues somos amigables con la preservación y cuidado del medio ambiente, de esta forma también queremos ser reconocidos en el mercado.



Cadena de valor

Tabla 4

Actividades primarias y secundarias de la empresa Ebela S.A.S con su respectiva descripción.

EBELA S.A.S	
MASAJE CAPILAR EBELA	
<i>EBELA</i>	<i>BRILLO AL INSTANTE</i>

CADENA DE VALOR

Actividades Primarias

Actividades	Descripción	Comentarios
Logística de entrada	La sociedad debe tener en cuenta que no podemos tener más de la materia prima requerida en los stock porque no hay el suficiente espacio	De esta forma no vamos a tener que invertir demasiado en el abastecimiento de la materia prima y esto nos bajaría los egresos.
	Trabajar con inventario de forma interna " primeras en entrar primeras en salir (PEPS) "	Se evitará el vencimiento de la materia prima, primero utilizando la materia prima más antigua ingresada a la empresa y no la nueva.
Operaciones	Esquema de responsabilidades y obligaciones de cada empleado para que se cumpla el proceso de producción de manera exitosa	Contar con un plan de contingencia en caso de emergencia



	Garantizar la calidad en el proceso de transformación de la materia prima en todas sus fases y etapas del producto masaje capilar Ebela	A cargo de un personal altamente capacitado, comprometido y eficiente
	Cumplir con las metas de producción diarias	Haciendo uso de la tecnología y técnicas artesanales de manipulación de ingredientes naturales
	Proceso de preparación de la materia prima, mezcla de ingredientes, empaque	Mano de obra requerida, con tiempo fijo para realizar la actividad de forma independiente
Logística Salida	Implementar para el inventario de productos terminados el método primeras en entrar primeras en salir (PEPS)	se acomoda a nuestra actividad económica
	Los productos de EBELA S.A.S en el mercado son de fácil acceso	Se puede conseguir en peluquerías, salones de belleza, compra online por Instagram.
	Estrecha relación comercial con EGEALA S.A una empresa dedica al transporte garantizándole su pedido al consumidor final	La entrega de la compra será inmediata y segura
	Realizar más de un pedido dentro de la misma compra	Sistema de compra flexible y cómodo al cliente
	Los pedidos tendrán plazos de entrega estipulado entre 3 a 7 días hábiles	Garantizar la entrega del pedido en la fecha de entrega establecida
Marketing	Promocionar la marca visitando universidades y calles	Se obsequien kit de pruebas de los productos y descuentos en segundas compras.



	Hacer campañas publicitarias en los medios de comunicación con mayor audiencia en la ciudad	Captar nuevos clientes
	Crear grupo de mujeres 'aliadas' que revendan el producto, quienes nos ayuden a impulsar el producto.	Aumentar las ventas al detal en un 5% cada dos meses y así ampliar la capacidad de producción
	Plan de acción para estrategias digitales en referencia a instagram, testimoniales, tips, consejos, influencer, concursos.	Posicionar en el comercio digital a la empresa Ebela
Servicio	Capacitar al capital humano sobre atención y servicio al cliente	Prestar un servicio personalizado y ser eficiente con la asesoría que el cliente requiera
	Establecer una línea de atención al cliente para brindar asesoría, talleres enfocado al cuidado del cabello	Incentivar al cliente a vivir una experiencia con el masaje EBELA

Actividades Secundarias

Actividades	Descripción	Comentarios
Infraestructura	Facilitar la administración de datos, ingresar y sacar los productos terminados del sistema, actualizado en todo momento el inventario físico de la empresa	Contamos con un software que nos permite mayor eficiencia en el trabajo, en el que se detallan los interés financieros de la empresa



	Aplicar la gestión de infraestructura facilitando la atención al cliente	Se reducirán los costos por servicios personales prestados
RR.HH.	Dar capacitaciones al personal de la empresa en consumo ecológico y productos naturales de belleza	Esto le dará empresa mayor ventaja puesto que se crearán y apoyaran eventos en pro de cuidar la naturaleza
	Fomentar las buenas relaciones con los grupos aliados	Expansión del producto Ebela a mayor escala
Desarrollo de Tecnología	Dispuestos al cambio que exige el mercado respecto a las nuevas tendencias	Avanzar conforme avanza la tecnología
	Brindar apoyo en cuanto a proyectos investigativos que favorezcan el crecimiento de la empresa	Semilleros de investigación
Compras	Los principales proveedores de materia primas, envases son nacionales e incluso del mismo departamento	Respuesta de entrega inmediata y en el menor tiempo posible
	Los proveedores son departamental por eso ahorraremos en el costo del flete debido a una distancia menor.	Facilidad para acceder y garantizar la materia prima para todo un año de producción

Tabla 4. Elaboración propia.



Ventajas competitivas

Consideramos que los factores clave de éxito de nuestra propuesta son los siguientes:

- ❖ Producto natural a base de sábila e ingredientes 100% naturales
- ❖ Precio asequibles en el mercado
- ❖ Conformación de una red de ‘aliadas’ que impulsen la compra del producto
- ❖ Atención personaliza y asesoramiento en el cuidado de la belleza
- ❖ Cadena de distribución amplia

VI. Estructura organizacional

Ebela S.A.S es una empresa dedicada a crear productos para el cuidado personal de las mujeres, como lo es el cabello; su estructura está constituida por 2 departamentos, administrativo y operativo, el primero está a cargo del gerente, que en este caso es la propietaria y única dueña de la empresa, en esta planta están las siguientes especialidades: contaduría, auxiliar contable y asesor de ventas.

Su función es administrar los recursos financieros del negocio, el área de contabilidad encargado del manejo de las entradas, salidas, tratar con los bancos o entidades financieras, eventualmente con los acreedores y deudores, así como organizar los estados contables de la



empresa, realizar dominios, contratación de personal, proyección y estrategias de ventas. Además de establecer alianzas y buenas relaciones tanto interna como externa de la organización.

Mientras que el área operativa está a cargo del ingeniero químico, quien debe liderar la planta de producción, la cual contará con tres personas, el área de empaque en el que solo estarán dos empleados y el área de aseo a cargo de una persona.

Este departamento comprende el área de Investigación y Desarrollo encargada de realizar nuevos adelantos e innovaciones, quienes son responsables de preservar el producto durante el proceso interno y la entrega al destino previsto, esta preservación debe incluir la identificación, manipulación, embalaje, almacenamiento y protección, además de la entrega para su distribución.

Es importante resaltar que, como esta es una empresa pequeña no existirá una cadena de mando autoritaria sino que cada departamento establecido contará con un supervisor, en este sentido, la autoridad será lineal y esta misma le permitirá a los empleados tener mayor albedrío para aportar con su conocimiento al crecimiento de la empresa, también esta estructura facilitará las relaciones y proporcionará un ambiente de igualdad, pero teniendo en cuenta, que en este aspecto cada miembro de la empresa debe estar más comprometido con el cumplimiento de las metas y objetivos empresariales.



Organigrama

Figura 3

Estructura organizacional de la empresa Ebela S.A.S.

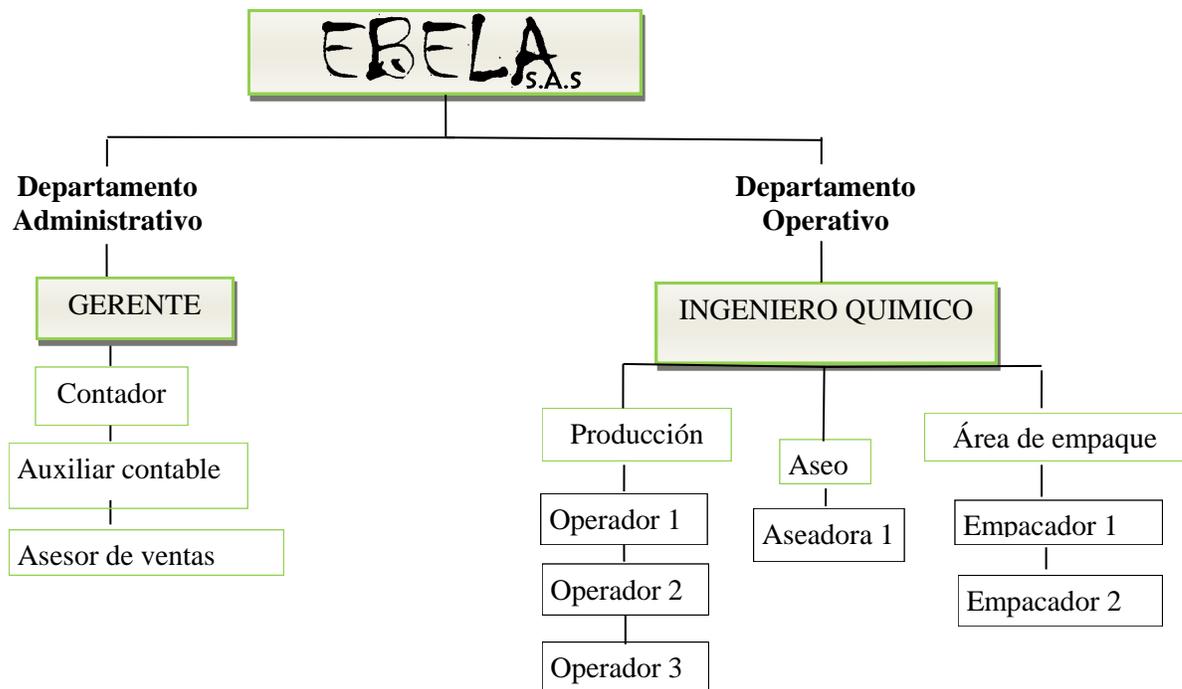


Figura 3. Cada departamento está a cargo de un director. Elaboración propia.

Personal requerido

Gerente

Encargado del área personal, de propiciar un ambiente laboral óptimo para las personas de la empresa, por lo tanto, debe inducir, capacitar, motivar y entrenar al personal que se emplee para que cumpla a cabalidad con las labores que se le encomienden, la persona encargada sería



personal especialista en comunicación social, community manager, comunicación organizacional con enfoque en marketing y estrategias de publicidad, cuya tarea es el manejo de las comunicaciones y sus diferentes canales, además de fomentar alianzas que beneficien a la empresa. En ese sentido este estaría alineado con planeación de mercadeo y ventas.

Contador

Encargado del manejo contable de la empresa, facturación, verificación de pedidos y entrega, quien debe trabajar de la mano con el auxiliar contable.

Auxiliar contable

Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables, elaborar nómina, liquidación de seguridad social, selección de personal.

Asesor de ventas

Atención al cliente, venta directa al cliente, logística de eventos. Comprende el área de ventas y el área de atención al cliente, estas áreas son el motor de la empresa, pues de aquí se derivan los ingresos que darán la posibilidad de subsistir. Se debe tener presente el producto, la plaza, la promoción y el precio, además de asegurar que los requisitos del cliente se cumplan con el propósito de aumentar su satisfacción y cumplir sus expectativas, para así aumentar la demanda del producto.



Ingeniero químico

Responsable de la producción de la empresa, control de calidad del producto, es quien debe vigilar que el producto salga en óptimas condiciones, estar al tanto de que se cumplan los parámetros científicos en el proceso de creación y garantizar la seguridad del personal que interviene en esta área.

Auxiliar químico

Conocimientos de cuidado personal y belleza, debe ser colaborador del ingeniero químico, encargado de analizar el producto, la materia prima y también a cargo del proceso de selección. Garantizar la calidad de cada ingrediente, personal debe estar capacitado en conocimiento técnicos de productos naturales para el cuidado personal y el área de la belleza.

Empacador

Clasificar y separar productos. Embalar materiales o productos en cajas, etiquetar los contenedores para su expedición o almacenamiento. Mantener el área de trabajo limpio, Limpiar las áreas de trabajo, garantizar que el empaque sea haga de la mejor manera para que llegue al cliente final en óptimas condiciones.

Aseadora

Mantener las instalaciones de la empresa limpias, que cada área permanezca organizada, ser atenta con los clientes.

Tabla 5

Requisitos y perfil de contratación de la empresa Ebela S.A.S.

Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Unidad	Competencias laborales y personales
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia específica (años)				
Ingeniero Químico	Prepara y ensaya materias primas químicas. Control de calidad, en las condiciones especificadas y con el instrumental adecuado. Desarrollo Calidad de los productos Conservación de la producción	Ingeniero químico	2 años	4 año	Prestación de servicios	8 horas diarias	1	Cumplir las ventas Alcanzar rendimiento en producción Ser un buen líder
Auxiliar químico industrial	Prepara y acondiciona máquinas, equipos e instalaciones de plantas químicas. Desarrolla el informe de la producción, personal encargado de la creación del producto.	Auxiliar químico industrial	1 año	2 años	Prestación de servicios	8 horas diarias	3	Ampliar mis conocimientos en productos artesanales Cumplir con la meta de producción diaria Crear buenas relaciones con los compañeros
Empacador	Revisar productos y empacar para garantizar la calidad.	Técnico	1 año	2 años	Prestación de servicios	8 horas diarias	2	Cumplir con las labores asignadas y aportar a que se logren las metas de la empresa Mantener armonía y destacarme en



Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Unidad	Competencias laborales y personales
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia específica (años)				
								el trabajo
Aseadora	Mantener aseado el lugar, ser atenta al personal.	Aseadora	1 año	2 años	Prestación de servicios	8 horas diarias	1	Lograr un lugar amplio, lleno de luz. Ser amable con los empleados y los clientes, aportando a formar un ambiente laboral sano.
Contador	Manejo contable de la empresa	Profesional en contaduría	4 años	6 años	Prestación de servicios	8 horas diarias	1	Velar por las finanzas de la empresa y mantener el pago de permiso y demás en orden. Lograr mensualmente la utilidad deseada
Auxiliar contable	Realizar actividades administrativas de archivo, elaborar domina, selección	Profesional en contaduría o administración	4 años	6 años	Prestación de servicios	8 horas diarias	1	Ser de apoyo para el contador. Ayudar con mi trabajo al crecimiento de la empresa y que esta genere mayor ganancia
Asesor de Ventas	Atención al cliente, Venta directa al cliente, Logística de eventos	Profesional	2 años	1 año	Prestación de servicios	8 horas diarias	1	Mantener buenas relaciones con los clientes. Brindar un buen servicio de entrega de los pedidos. Retarme a aumentar las



Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Unidad	Competencias laborales y personales
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia específica (años)				
								ventas cada mes
<i>Gerente</i>	Construir buenas relaciones tanto internas como externas. Comunicación asertiva. Clima laboral.	Profesional <i>Comunicación y Marketing</i>	2 años	1 año	Prestación de servicios	8 horas diarias	1	crear un ambiente laboral armonioso cumplir las metas y objetivos propuestos para que la empresa crezca como se desea crear alianzas crecer como profesional, ser admirada por buena jefe dar felicidad con el producto a las mujeres

Tabla 5. Salarios y competencias ajustados al perfil de cada profesional. Elaboración propia.

VII. Estudio legal

Ebela S.A.S es una empresa constituida por acciones simplificadas, en este caso unipersonal puesto que cuenta con un solo accionista, como lo indica esta sociedad ejerce la actividad principal sin ningún inconveniente pues no exige capital para su constitución.



Una de las características primordiales que posee SAS permite a los emprendedores comenzar con su proyecto con bajo presupuesto adicional, cumple todos los requisitos exigidos por la ley, de igual forma, este tipo de sociedad tiene beneficios tributarios, dentro de ellos se encuentra la exoneración de aportes a Sena y al ICBF refiriéndonos a contrataciones de empleados que devengan menos de 10 SMLV.

Esta sociedad mercantil cumple con todas las obligaciones propias de una empresa o persona jurídica como cualquier otra y, respecto a los impuestos por los cuales la empresa Ebela debe responder serán los siguientes: agentes de retención en la fuente a título de Renta e Ica, responsable del impuesto al valor agregado (IVA) y de la industria y comercio, contribuyentes del impuesto a la renta del régimen común, otro de los deberes corresponden a llevar la contabilidad, expedir facturas y reportar información exógena, entre otros, cabe resaltar que estos aluden o son concernientes a la formación que tiene la empresa Ebela.

Así como existen los deberes, la SAS ofrece los siguientes beneficios, como en el caso nuestro, puede ser conformada por una sola persona, bien sea, natural o jurídica, nos da la oportunidad de crear la empresa de una manera fácil y legal puesto que mediante un documento privado se logra disminuir los tramites y costos, en cuanto a contrato se evitan la consulta e interpretación de la lista de actividades que permiten ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.

Tampoco necesitamos revisor fiscal, no tendríamos la obligación de tener una junta directiva, pueden ser personas naturales o jurídicas, lo que permitiría que las funciones de



administración y representación legal le correspondan al representante legal de la empresa.

Esta sociedad nos brinda mayor poder de voto en estatutos sociales o que permiten la prohibición en cuanto a la negociación de acciones que podrían ser prorrogables por un tiempo adicional de otra década. Es importante mencionar que las sociedades pueden ser de tiempo indeterminado por lo que no es necesario hacer reformas estatutarias y esto prima sobre los bajos costos.

En ese sentido las acciones pueden ser ordinarias, con división preferencial y sin derecho a voto, o estas mismas, pueden ser acciones con dividendo fijo o acciones de pago. A largo plazo la empresa Ebela SAS si desea tener accionistas deberá tener en cuenta que, ellos son responsables únicamente del monto de sus aportes y no de las obligaciones laborales, tributarias o cualquier otra situación que se presente en la sociedad.

VIII. Estudio Financiero

Plan de inversión

En este se consignan todos los activos de la empresa Ebela SAS, también los salarios, la inversión necesaria de materia prima para dar inicio al funcionamiento de la empresa, como también los utensilios y equipos indispensables para el área de producción como son: batidoras, mixer, micro cámara, licuadora, entre otros y los aparatos de



cómputo para el departamento administrativo. El presupuesto para la obtención de estos elementos es de \$16.727.780, teniendo en cuenta los valores de estos equipos en el mercado.

Según la proyección de ventas para los dos primeros meses de producción de masaje capilar Ebela, se necesita una inversión de \$76.682.200.

Tabla 6

Presupuesto e inversión Ebela S.A.S.

PLAN PRESUPUESTAL								
					EBELA S.A.S			
					MASAJE CAPILAR EBELA			
					EBELA		BRILLO AL INSTANTE	
CAPITULO 1: EQUIPOS								
ACTIVOS DE LA EMPRESA								
N°	ITEM	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO TOTAL				
1	Batidora Semi Industrial	\$ 1.000.900	3	\$ 3.002.700				
2	Licuadaora Semi Industrial	\$ 399.900	3	\$ 1.199.700				
3	Mixer	\$ 224.900	3	\$ 674.700				
4	Calderas Semi Industrial	\$ 2.440.000	1	\$ 2.440.000				
5	Computador	\$ 1.549.000	5	\$ 7.745.000				
6	Equipos de Computación	\$ 929.000	1	\$ 929.000				
7	Micro Cámara	\$ 129.990	2	\$ 259.980				
8	Microscopio	\$ 476.700	1	\$ 476.700				



9	Materia Prima (Activos corrientes)	\$ 76.682.200	1	\$ 76.682.200
TOTAL INVERSION				\$ 93.409.980

Tabla 6. Elaboración propia.

En la siguiente tabla se detalla el personal empleado y sus respectivos salarios en relación al cargo a desempeñar. Son 11 personas las que integrarán la empresa, 4 de estas personas van a devengar más de un SMLV, y 7 de ellas recibirán un sueldo mínimo, el cual establece la ley en Colombia. Los gastos por salarios mensuales equivalen según el valor estimado que se le asignará a cada empleado, cuyo total es de 20 millones de pesos.

Tabla 7

Salarios definidos según la profesión y el cargo.

CAPITULO 2: SALARIO				
CARGOS Y SALARIOS MENSUAL				
N° DE EMPLEADOS	CARGOS	NOMBRES	SALARIO	TOTAL CARGOS POR SALARIOS
1	Gerente	Loreine Dayana Tejada Mora	\$ 2.500.000	\$ 3.728.167
1	Contador	Hernán Camilo Ospina	\$ 1.400.000	\$ 2.208.799
1	Asesor Comercial	Katherin Julieth Santamaría	\$ 1.300.000	\$ 2.059.672
1	Auxiliar Contable	Armando Pereira	\$ 877.803	\$ 1.430.062
1	Ing. Químico	Leonardo García	\$ 1.500.000	\$ 2.357.925



3	Producción	Marlon García, José Anchila, Eduardo Molina	\$ 2.633.409	\$ 4.290.186
2	EMPACADOR	Jairo Melo, Elvis Cantillo	\$ 1.755.606	\$ 2.860.124
1	Oficios varios	Ximena Martínez	\$ 877.803	\$ 1.430.062
TOTAL GASTOS POR SALARIOS				\$ 20.364.997

Tabla 7. Elaboración propia.

En el capítulo 3, titulado como gastos diversos están todo lo que son los servicios públicos como energía, el agua, también los teléfonos e internet, los costos de mantenimiento. La inversión que se hará en publicidad y marketing, e intereses del crédito bancario.

El total de los gastos equivale a \$5.720.000. Es importante aclarar que la inversión del ítem internet y teléfonos se tiene en cuenta en el plan de inversión y no en el costo de producción, puesto que es un factor indirecto.

Tabla 8

Gastos y costos de Ebela S.A.S.

CAPITULO 3: Gastos Mensuales GASTOS DIVERSOS		
CAPITULO	GASTOS Y COSTOS	VALOR
1	Energía Eléctrica	\$ 1.200.000
2	Teléfonos, Internet	\$ 240.000
3	Agua	\$ 200.000
4	Papelería	\$ 180.000
5	Mantenimiento	\$ 800.000
6	Publicidad y Marketing	\$ 650.000
7	Gastos Varios	\$ 1.650.000



8	Gastos Intereses	\$ 800.000
TOTAL GASTOS		
		\$ 5.720.000

Tabla 8. Elaboración propia.

El gran total del plan de inversión es de \$119.494.977, de esta cantidad 16 millones de pesos corresponden a la maquinaria y equipos que se necesitan para poner a funcionar la empresa, aquí también se incluyen los gastos diversos que son 5 millones, los salarios con un valor de 20 millones y la materia prima que es la cantidad más elevada con 76 millones de pesos.

Tabla 9

Total del plan de inversión de la empresa Ebela S.A.S.

PRESUPUESTO FINANCIERO DE INVERSION		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$	16.727.780
MATERIA PRIMA (Activos corrientes)	\$	76.682.200
GASTOS POR SALARIOS (Mensual)	\$	20.364.997
GASTOS DIVERSOS	\$	5.720.000
GRAN TOTAL	\$	119.494.977

Tabla 9. Elaboración propia.



IX. Plan de financiación

Teniendo en cuenta el gran total del plan de inversión que corresponde a un valor de \$119.494.977, con los cuales no cuenta la empresa en el momento, es relevante resaltar que para poner en funcionamiento Ebela S.A.S, solicitaremos un crédito a una entidad bancaria por la suma de 80 millones de pesos, los cuales se financiarán a un periodo de 40 meses, es decir, a 3 años y 4 meses, con método de pago “cuota de interés fija”, esto indica que aproximadamente todos los meses tendríamos que pagarle al banco una cuota de 2 millones, sumando a esta cantidad 800.000 pesos que son los intereses del préstamo.

El préstamo cubrirá los gastos de inversión que se necesitan para iniciar la producción de los dos primeros meses de venta de masaje capilar Ebela, la cual equivale a \$76.682.200, la cantidad de productos a fabricar en los 2 meses es de 7.251 unidades de masaje Ebela en sus diferentes presentaciones.

Por su parte, la empresa cuenta con \$39.494.977, que son ahorros propios, los cuales se dispondrán para la compra de máquinas y equipos que tiene un costo de \$16.727.780; de dichos ahorros se financiará el primer mes de salario que tiene un valor de \$20.364.997.

Es importante aclarar que de los ahorros propios sobra un restante de dinero de \$2'402.800 y del préstamo de 80 millones un tanto de \$3'317.800, que servirá para financiar los gastos diversos que comprenden un valor de \$5'720.000, estos buscan cubrir los servicios públicos, telefonía, internet, interés del crédito, entre otros.

La intención es que toda la utilidad que se gane en estos dos primeros meses sea



reinvertida. No se menciona en este plan, el almacenamiento ni arriendo porque la empresa funcionará inicialmente en la vivienda de la dueña de Ebela S.A.S, por lo cual, esto no generará ningún costo por el momento.

X. Costos

En este apartado se explica en detalle todo lo referente a los aspectos que influyen para fijar el valor del producto y la materia prima necesaria para hacer realidad masaje capilar Ebela, tanto el ingrediente principal como lo es la sábila como lo demás ingredientes como la miel, la canela, aceite de coco, y la azúcar, cada cual con sus respectivas cantidades, recordemos que como explicamos antes este costo de producción se realiza basado en 3.000ML.

Como dato total de la siguiente tabla en materia prima, para elaborar 3ml de masaje la inversión debe ser de 24.237 pesos.

Tabla 10

Materia prima necesaria para producir 3 ml de masaje capilar Ebela.

COSTOS GENERALES		
EBELA S.A.S		
MASAJE CAPILAR EBELA		
<i>EBELA</i>	<i>BRILLO AL INSTANTE</i>	<i>EBE LA</i>





COSTEO POR PRODUCTO

PRODUCCIÓN PARA 3 LITROS DE MASAJE

1. Materia Prima	Und. De Medida	Cant.	Vr Unitario	Costo Total
Sábila	Und	21	\$ 100	\$ 2.100
Miel	oz	12	\$ 591	\$ 7.092
Aceite de Coco	oz	6	\$ 1.218	\$ 7.308
Azúcar Morena	g	300	\$ 3	\$ 987
Canela en Polvo	G	300	\$ 23	\$ 6.750
Subtotal				\$ 24.237

Tabla 10. Ingredientes y costos de la materia prima. Elaboración propia.

También se estudió la mano de obra empleada directamente en la elaboración del producto, determinando que la hora del ingeniero químico, quien es el especialista encargado de la producción y garantizar el trabajo eficiente y efectivo de cada empleado que pertenece a la planta de producción, es de 9.825, y la hora de cada operador tiene un valor total de \$17.877, cuyo subtotal de mano de obra invertida en la producción de masaje capilar Ebela es de 27.702 pesos.



Tabla 11

Costo de mano de obra por hora para la planta de producción.

2. Mano de Obra	N° De Empleados	Vr hora	Total costo
ING. Químico	1	\$ 9.825	\$ 9.825
Producción	3	\$ 5.959	\$ 17.877
Subtotal			\$ 27.702

Tabla 11. Elaboración propia.

La administración es otro aspecto que se tuvo en cuenta para fijar el precio del producto por cada presentación, en este se concentran todos los empleados que hacen parte de la planta administrativa como el gerente, contador, asesor de ventas, aquí se incluyeron la energía eléctrica y la papelería, cada ítem con su valor unitario y respectivo costo por hora, lo que evidencia un total de 41.528 pesos.

Tabla 12

Costo del personal de la planta administrativa por hora.

3. Administración	Vr Unitario	Costo
Gerente	\$ 3.728.167	\$ 5.534
Contador	\$ 2.208.799	\$ 9.203
Asesor de Ventas	\$ 2.059.672	\$ 8.582
Auxiliar Contable	\$ 1.430.062	\$ 5.959
Papelería	\$ 180.000	\$ 750
Energía eléctrica	\$ 360.000	\$ 1.500
Subtotal		\$ 41.528

Tabla 12. Elaboración propia.



Nota: De la factura del servicio de energía el 30% es para el área de administración y el otro restante que corresponde al 70% destinado al área de producción. Teniendo en cuenta que esta última área requiere mayor consumo debido al uso de maquinarias.

Respecto a los ítems que conforman los costos indirectos de fabricación se validó que estos representan un costo de 22.222 pesos, incluyendo el empaque de las 3 presentaciones del producto. Cuando nos referimos en esta tabla nuevamente a los servicios servicio públicos, hacemos alusión a el agua y el resto de energía eléctrica, hay que aclarar que el total de servicios públicos mensuales para la empresa tiene un estimado de \$1'400.000, sin incluir en este apartado el internet, el cual se tiene en cuenta en el plan de inversión como gastos diversos.

Tabla 13

Costos de CIF y sus respectivos precios.

4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	Costo Total	Costo Unitario
Mano de Obra indirecta	\$ 4.290.186	\$ 17.876
Servicios Públicos	\$ 1.040.000	\$ 4.333
Presentación Regalo	\$ 1.500	\$ 8
Presentación Dispensador	\$ 1.000	\$ 5
Presentación Repuesto	\$ 300	\$ 1
Subtotal		\$ 22.222

Tabla 13. Elaboración propia.

En estas casillas se fija el precio del producto masaje capilar Ebela, respecto a cada una de las presentaciones que tendrá Ebela en el mercado, cada cual con su cantidad de ml



establecida. Cabe aclarar que cuando explicamos precio con anterioridad en el trabajo ya estos datos se habían tenido en cuenta, pero no se habían explicado de manera minuciosa, como en este caso.

Para producir 3ml de masaje Ebela, necesitamos una inversión de 115.689 pesos, de ese valor, \$24.237 corresponden a materia prima, \$27.702 es el precio que equivale a la mano de obra, mientras que los costos unitarios de CIF (\$ 22.222) e incluido el valor total de administración (\$ 41.528) arrojan un precio de 63.750 pesos.

La utilidad asignada a cada presentación de masaje capilar Ebela, es del 40% al detal, teniendo en cuenta lo que le cuesta a la empresa el producto, y de esta forma se pondero el precio de venta al mercado.

- Presentación regalo de 200ml, tiene un costo de producción de 9.400 pesos y su PV al mercado es de **\$13.160**.
- Presentación dispensador de 220ml, su costo de producción es de 9.680 pesos y su PV estipulado es de **\$13.552**.
- La tercera presentación que es repuesto con una cantidad de 300ml tiene un costo de producción de 12.000 pesos, para este se estableció un precio de venta de **\$16.800**.

NOTA. Para vender estos productos al por mayor se definió una utilidad del 30%, cuyos valores pueden estudiarse en la página 31 hasta la 33, estas sustentan la fijación de precios.



Tabla 14

Costeo de producción específico de acuerdo a cada presentación del producto masaje Ebela.

COSTOS DE PRODUCCIÓN para 3 ML		
PRESENTACIÓN.		
<i>REGALO 200ML</i>	Costo unitario de materiales	\$ 24.237
	Costo unitario de mano de obra	\$ 27.702
	costo unitario de CIF	\$ 63.750
	costo total unitario	\$ 115.689
	costo de producción	\$ 9.400
	Margen de utilidad	40%
	PV:	\$ 13.160
<i>DISPENSADOR 220ML</i>	Costo unitario de materiales	\$ 24.237
	Costo unitario de mano de obra	\$ 27.702
	costo unitario de CIF	\$ 63.750
	costo total unitario	\$ 115.689
	costo de producción	\$ 9.680
	Margen de utilidad	40%
	PV:	\$ 13.552
<i>REPUESTO 300ML</i>	Costo unitario de materiales	\$ 24.237
	Costo unitario de mano de obra	\$ 27.702
	costo unitario de CIF	\$ 63.750
	costo total unitario	\$ 115.689
	costo de producción	\$ 12.000
	Margen de utilidad	40%
	PV:	\$ 16.800

Tabla 14. Elaboración propia.



XI. Gastos

Los gastos fijos de la empresa Ebela S.A.S son \$23.584.997, estos los conforman el ítem de salarios por un monto de 20 millones, la cuota fija mensual del préstamo que se realizará al banco para financiar la materia prima y parte de los gastos diversos, en el que también se incluyen los interés del préstamo, cuyo valor tiene un precio de \$2'800.000; se consideran como gastos fijos también la papelería y otros gastos como lo es el internet.

Tabla 15

Total de gastos fijos de la empresa Ebela S.A.S.

Gastos Fijos	Valor
Salarios	\$ 20.364.997
Pagos de préstamo	\$ 2.000.000
Intereses Bancarios	\$ 800.000
Papelería	\$ 180.000
Varios	\$ 240.000
TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 23.584.997

Tabla 15. Elaboración propia.

XII. Ingresos

Para conocer y definir los ingresos que se esperan en la empresa anualmente realizamos una proyección de ventas tanto al detal como al por mayor. Enfocados en que las ventas sean mucho más efectivas al detal que al por mayor, puesto que la mayor utilidad la recibiremos a



través de la venta individual que es del 40%.



En el año se espera vender un total de 49.812 unidades de producto masaje capilar Ebela, en sus diferentes presentaciones:

- En la presentación regalo la venta proyectada es de 13.504 unidades que equivalen en dinero a \$172.133.740.
- El producto destinado con presentación de dispensador las ventas a alcanzar deben ser de 16.058 unidades, representado en dinero con un valor de \$210.052.128.
- La presentación repuesto que es el producto que viene con mayor cantidad, la meta es vender 20.250 unidades, lo cual comprende la suma de \$328.824.000.

A continuación se adjunta el plan de proyección de ventas de la empresa Ebela S.A.S en imágenes.



Figura 4

Proyección de ventas anual de masaje capilar Ebela.

PROYECCIÓN DE VENTAS EBELA SAS																
PRODUCTOS	PRECIOS	Vr. UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
presentación regalo 200ml	cantidad		400	435	450	462	480	501	515	527	530	537	543	555	5935	
	precio al por mayor		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
		\$ 12.220	4.888.000	5.315.700	5.499.000	5.645.640	5.865.600	6.122.220	6.293.300	6.439.940	6.476.600	6.562.140	6.635.460	6.782.100	72.525.700	
																TOTALVENTAS
	cantidad		500	550	580	597	612	623	636	651	673	695	715	737	7569	13504
precio al deta		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	\$ 13.160	6.580.000	7.238.000	7.632.800	7.856.520	8.053.920	8.198.680	8.369.760	8.567.160	8.856.680	9.146.200	9.409.400	9.698.920	99.608.040	\$ 172.133.740	
presentación dispensador 220ml	cantidad		550	570	586	605	620	645	669	678	690	720	733	750	7816	
	precio al por mayor		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
		\$ 12.584	6.921.200	7.172.880	7.374.224	7.613.320	7.802.080	8.116.680	8.418.696	8.531.952	8.682.960	9.060.480	9.224.072	9.438.000	98.356.544	
																TOTAL VENTAS
	cantidad		600	620	635	650	665	679	692	710	724	740	755	772	8242	16058
precio al deta		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	\$ 13.552	8.131.200	8.402.240	8.605.520	8.808.800	9.012.080	9.201.808	9.377.984	9.621.920	9.811.648	10.028.480	10.231.760	10.462.144	111.695.584	\$ 210.052.128	



presentación reposito 300ml	cantidad																
		700	720	742	755	767	780	792	812	834	845	860	873	9480			
	precio al por mayor	\$ 15.600	\$ 10.920.000	\$ 11.232.000	\$ 11.575.200	\$ 11.778.000	\$ 11.965.200	\$ 12.168.000	\$ 12.355.200	\$ 12.667.200	\$ 13.010.400	\$ 13.182.000	\$ 13.416.000	\$ 13.618.800	\$ 147.888.000		
		TOTAL VENTAS															
	cantidad																
	786	820	834	850	874	890	905	928	943	967	978	995	10770	20250			
precio al detal	\$ 16.800	\$ 13.204.800	\$ 13.776.000	\$ 14.011.200	\$ 14.280.000	\$ 14.683.200	\$ 14.952.000	\$ 15.204.000	\$ 15.590.400	\$ 15.842.400	\$ 16.245.600	\$ 16.430.400	\$ 16.716.000	\$ 180.936.000	\$ 328.824.000		

Figura 4. Plan de ventas por cada presentación. Elaboración propia.

La proyección anual de ventas totales que se espera lograr es de **\$711.009.868**, para lo cual se tendrían que vender 49.812 unidades de masaje capilar Ebela, iniciando con tope de ventas de 3.536 productos, cantidad a la que se le deroga un crecimiento mensual entre el 0.5% y el 1.25%.

Tabla 16

Total de ingresos de Ebela S.A.S, teniendo en cuenta los gastos y proyección de venta.

TOTAL VENTAS ANUAL	
CANTIDAD	49812
PRECIO	\$ 711.009.868

Tabla 16. Elaboración propia.



Respecto a los ingresos de la empresa Ebela S.A.S, con el producto masaje capilar Ebela, en este apartado se recopilan todos los elementos estudiados con anterioridad en este capítulo, como lo son los gastos contables (servicios públicos, publicidad, sueldos, salarios, nomina) que anualmente comprende un valor de \$171.590.975, gastos que inicialmente son de 14 millones.

Los gastos fijos (cuota e intereses del préstamo bancario, varios) tienen un valor de \$3.040.000, que en el año tiene un total de 36 millones de pesos. Estos gastos representan un total de **\$ 208.070.975** en el año.

La utilidad inicial con la que contará la empresa es de \$3.967.896, cantidad que va aumentando proporcionalmente con las ventas, por lo que se espera alcanzar el objetivo anual de una utilidad de **62** millones de pesos para la empresa Ebela S.A.S.

Es por ello, que es importante anotar que las ventas mensuales inician con una proyección de \$50. 645.200.



Figura 5

Plan de ingresos anual de la empresa Ebela S.A.S.

Item	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Est. Ventas netas	\$ 50.645.200	53136820	54697944	55982280	57382080	58759388
Coste de ventas	\$ 26.597.300	\$ 28.431.500	\$ 29.586.580	\$ 30.536.300	\$ 31.568.900	\$ 32.595.220
Beneficio bruto	\$ 24.047.900	\$ 24.705.320	\$ 25.111.364	\$ 25.445.980	\$ 25.813.180	\$ 26.164.168
Gastos controlables:						
Sueldos y salarios	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803
Gastos de nóminas	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897
Publicidad	\$ 650.000	\$ 653.250	\$ 656.516	\$ 659.799	\$ 663.098	\$ 666.413
Servicios públicos	\$ 1.400.000	\$ 1.407.000	\$ 1.414.035	\$ 1.421.105	\$ 1.428.211	\$ 1.435.352
Varios	\$ 2.690.000	\$ 2.703.450	\$ 2.716.967	\$ 2.730.552	\$ 2.744.205	\$ 2.757.926
Total de gastos contables	\$ 14.166.700	\$ 14.190.400	\$ 14.214.218	\$ 14.238.156	\$ 14.262.214	\$ 14.286.391
Gastos fijos:						
Pagos de préstamo	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Intereses Bancarios	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Varios	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000
Total de gastos fijos	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000
Gastos totales	\$ 17.206.700	\$ 17.230.400	\$ 17.254.218	\$ 17.278.156	\$ 17.302.214	\$ 17.326.391
Beneficio y pérdidas netos antes de impuestos	\$ 6.841.200	\$ 7.474.920	\$ 7.857.146	\$ 8.167.824	\$ 8.510.966	\$ 8.837.777
Impuestos	\$ 2.873.304	\$ 3.139.466	\$ 3.300.001	\$ 3.430.486	\$ 3.574.606	\$ 3.711.866
BENEFICIO/PÉRDIDA NETOS DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 3.967.896	\$ 4.335.454	\$ 4.557.145	\$ 4.737.338	\$ 4.936.360	\$ 5.125.911

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL	% ANUAL
60018940	61418572	62680688	64224900	65347092	66715964	\$ 711.009.868	100%
\$ 33.531.180	\$ 34.562.340	\$ 35.493.020	\$ 36.630.900	\$ 37.458.340	\$ 38.467.060	\$ 395.458.640	56%
\$ 26.487.760	\$ 26.856.232	\$ 27.187.668	\$ 27.594.000	\$ 27.888.752	\$ 28.248.904	\$ 315.551.228	44%
\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 6.077.803	\$ 72.933.636	
\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 3.348.897	\$ 40.186.764	
\$ 669.745	\$ 673.094	\$ 676.459	\$ 679.841	\$ 683.240	\$ 686.656	\$ 8.018.111	
\$ 1.442.529	\$ 1.449.742	\$ 1.456.991	\$ 1.464.276	\$ 1.471.597	\$ 1.478.955	\$ 17.269.793	
\$ 2.771.716	\$ 2.785.575	\$ 2.799.503	\$ 2.813.501	\$ 2.827.569	\$ 2.841.707	\$ 33.182.671	
\$ 14.310.690	\$ 14.335.111	\$ 14.359.653	\$ 14.384.318	\$ 14.409.106	\$ 14.434.018	\$ 171.590.975	24%
\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	
\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 9.600.000	
\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 2.880.000	
\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 3.040.000	\$ 36.480.000	
\$ 17.350.690	\$ 17.375.111	\$ 17.399.653	\$ 17.424.318	\$ 17.449.106	\$ 17.474.018	\$ 208.070.975	29%
\$ 9.137.070	\$ 9.481.121	\$ 9.788.015	\$ 10.169.682	\$ 10.439.646	\$ 10.774.886	\$ 107.480.253	15%
\$ 3.837.569	\$ 3.982.071	\$ 4.110.966	\$ 4.271.266	\$ 4.384.651	\$ 4.525.452	\$ 45.141.706	6%
\$ 5.299.501	\$ 5.499.050	\$ 5.677.049	\$ 5.898.416	\$ 6.054.995	\$ 6.249.434	\$ 62.338.547	9%

Figura 5. Elaboración propia.



NOTA: si desea visualizar mejor las tablas de proyección de ventas e ingresos, de clic en los link que se encuentran en la página 86.

XIII. Análisis del punto de equilibrio

Esta herramienta financiera nos sirve para medir la rentabilidad de la empresa, la utilizamos para determinar el punto de equilibrio de Ebela S.A.S con su producto masaje capilar Ebela, siendo este de \$ 28.033.400 lo que indica que en el mes (enero) se debe vender un estimado mínimo de 2.509 unidades, con el fin de establecer un balance que no generaría ni perdidas ni ganancias a la organización.

Esta gráfica concreta los aspectos objeto de análisis como los costos fijos que tienen un precio de \$ 23.584.997 en el que están incluidos los gastos de nómina, telefonía e internet y préstamo. En cuanto a los costos variables estos se refieren a publicidad, pago de servicios públicos y varios con una cuantía de \$ 4.448.403. Estos gastos tienen un incremento mensual del 0.5%, porcentaje que es directamente proporcional al crecimiento designado mes a mes en la proyección de ventas.

Respecto al margen de contribución este es de \$ 11.174 mientras que su relación es de \$13.065, resultado que es extraído de las ventas totales que tienen un monto de \$50.645. 200 menos los gastos que varían por un precio de 4 millones de pesos, sobre las 3.536 unidades proyectadas en el plan de ventas que superan el punto de equilibrio, dato que afirma que una vez alcanzadas las ventas mínimas la empresa empezará a generar ganancias.



El punto de equilibrio en Euros que se debe obtener antes de un beneficio supone que la venta mínima del producto Ebela es de 2.111 unidades.

Tabla 17

Punto de equilibrio del mes de Enero de la empresa Ebela.

	EBELA S.A.S		
	MASAJE CAPILAR EBELA		
	<i>EBELA</i>	<i>BRILLO AL INSTANTE</i>	<i>EBELA</i>
PUNTO DE EQUILIBRIO			

Costos fijos	\$ 23.584.997
Costos variables	\$ 4.448.403
Margen de contribución	\$ 11.174
Relación de margen de contribución	\$ 13.065
Punto de equilibrio	2.509
Análisis de punto de equilibrio en unidades	853
Análisis de punto de equilibrio en euros	2.111

Total gastos	\$ 28.033.400
Cantidad mínima de venta (Und.)	2.509
Margen de contribución por Und.	\$ 11.174
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 28.033.400

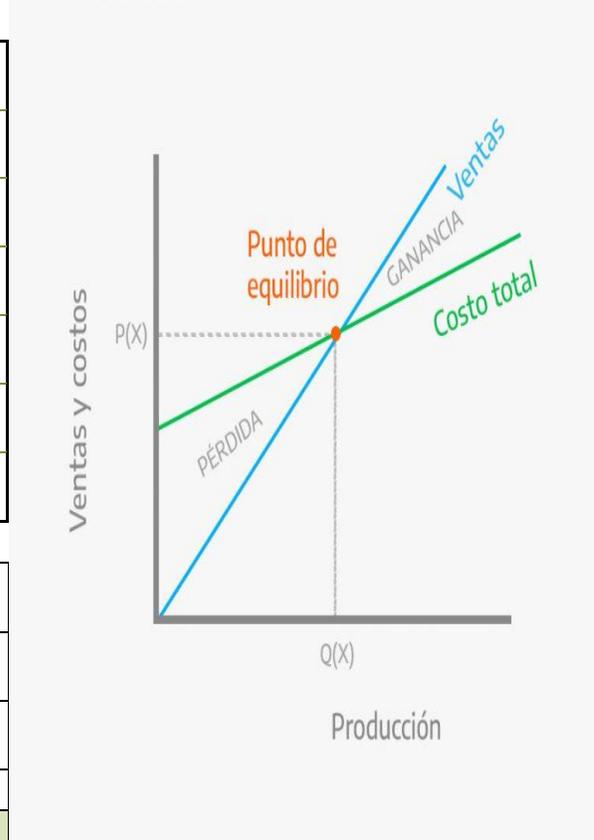


Figura 6. Descripción de punto de equilibrio
Elaboración propia.

Tabla 17. Elaboración propia.



XIV. Estado de resultados

El estado de resultados presentado a continuación refleja la situación financiera de la empresa Ebela S.A.S, que comprende un periodo de tiempo de un año, que va desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del 2020.

Las ventas anuales equivalen a un valor de \$ 711.009.868, la cuales evidencian una inversión de costo de producción de \$ 395.458.640 que respecto a la utilidad de la empresa representa el 56%, definiendo la utilidad bruta por una cifra de \$ 315.551.228.

En este informe los gastos fijos que son el pago del préstamo y los interés, más el internet y telefonía atribuidos en el plan de ingresos como varios, tiene un total anual de \$ 36.480.000, que mensualmente es de \$3.040.000, cuya utilidad es del 5%. En referencia a la utilidad operativa esta es de \$279.071.228.

Como parte de los gastos e interés estos tienen un valor anual de \$ 171.590.975, de los cuales se derivan los gastos nominales, sueldos, salarios, publicidad, servicios públicos, entre otros, que mensualmente tienen una tarifa de 14 millones de pesos, apartado que tiene un 24% de la utilidad de la empresa.

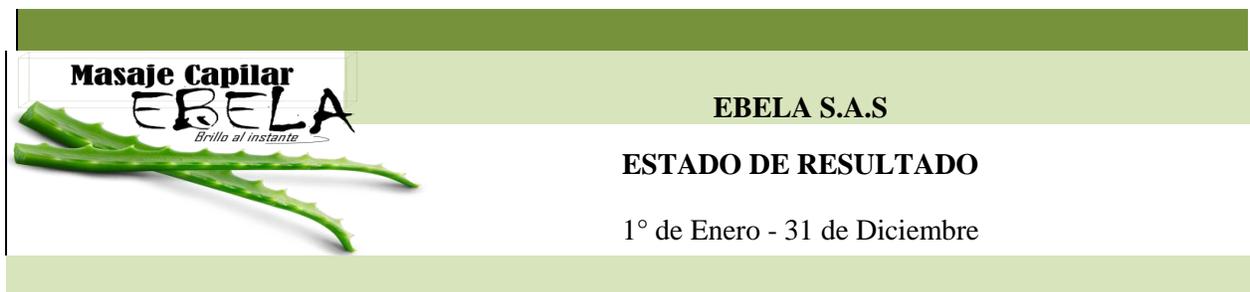
El monto de \$107.480.253 representa la utilidad antes de impuestos, mientras que los impuestos que son el 6% de la utilidad es \$ 45.141.706 en el año, pagando cada mes un estimado que oscila entre los 2 y 3 millones de pesos, precio que asciende entre 3 y 4 millones para el segundo semestre de año.



Otro aspecto significativo para la empresa a tener en cuenta en este informe es que luego de los beneficios y pérdidas netas después de impuestos, la utilidad alcanzada en el año es de \$ 62.338.547, cantidad que es discriminada en este estudio para determinar la reserva legal que es \$6.233.855 y la reserva estatutaria que es también de \$6.233.855, dato que revela que la utilidad neta anual de la empresa es del 7%, con un estimado de ganancias de \$49.870.838 que corresponde a la utilidad del ejercicio.

Tabla 18

Estado de resultado de la empresa Ebela S.A.S, del 1 de enero-31 diciembre.



Estado de resultado.			
CUENTA		VALOR	%
	Ventas Proyectas	\$ 711.009.868	
(-)	Costos de Producción	\$ 395.458.640	56
(=)	Utilidad Bruta	\$ 315.551.228	
(-)	Gastos Fijos	\$ 36.480.000	5
(=)	Utilidad Operativa	\$ 279.071.228	
(-)	Intereses y Gastos	\$ 171.590.975	24
(=)	Utilidad antes de Impuesto	\$ 107.480.253	
(-)	Impuesto	\$ 45.141.706	6
(=)	Utilidad Neta	\$ 62.338.547	



(-)	Reserva Legal	\$ 6.233.855	1
(-)	Reserva Estatutaria	\$ 6.233.855	1
(=)	Utilidad del Ejercicio	\$ 49.870.838	7

Tabla 18. Elaboración propia.

XV. Balance general

Asentando de manera cohesionada y organizada los elementos que hacen parte de la composición financiera, la siguiente información coteja la situación de la empresa, este balance se elaboró anualmente con fecha hasta 31 de diciembre del 2020, en el que se conoce que dentro de los activos corrientes contamos con un efectivo o caja de \$ 34.265.000, en el banco con un monto de dinero de \$ 73.618.070, mientras que en inventario tenemos \$ 147.881.280, aspectos cuantitativos que evidencian un total de \$ 255.764.350. En cuanto a los activos fijos el valor total es de \$16.727.780 esta cantidad está determinada por los instrumentos y maquinarias que se necesitan para la planta de producción como mixer, batidoras, calderas semi industriales, licuadoras, y otros, también los equipos para el área administrativa (computadores y accesorios).

En relación a los activos corrientes y fijos el total arrojado en este informe es de \$ 272.492.130.

Como parte de los pasivos corrientes el total es de \$90.153.583, representado a los



proveedores con \$24.646.880, impuestos de Renta e Inca, obligaciones que valen anualmente \$45.141.706 y la nómina por pagar en el último mes del año que tiene una suma de 20.364.997. De acuerdo a los pasivos no corrientes está el préstamo con el banco por un estimado de \$ 80.000.000.

El patrimonio de Ebela S.A.S está constituido por un capital de \$40.000.000, las utilidades retenidas son de \$12.467.709 y la utilidad del ejercicio es equivalente a \$49.870.838, lo cual estipula una cuantía de \$ 272.492.130 que es el total de los pasivos más el patrimonio empresarial.

Tabla 19

Activos y pasivos de la empresa Ebela S.A.S.

 EBELA S.A.S Balance General 31 de Diciembre 2020			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Efectivo o Caja	\$ 34.265.000	Proveedores	\$ 24.646.880
Banco	\$ 73.618.070	Impuestos por pagar	\$ 45.141.706
Inventario	\$ 147.881.280	Nomina por pagar	\$ 20.364.997

Total	\$ 255.764.350	Total	\$ 90.153.583
Activos Fijos		Pasivos no corrientes	
Batidora Semi Industrial	\$ 3.002.700	Préstamo bancario	\$ 80.000.000
Licuada Semi Industrial	\$ 1.199.700		
Mixer	\$ 674.700		
Calderas Semi Industrial	\$ 2.440.000		
Computador	\$ 7.745.000		
Equipos de Computación	\$ 929.000		
Micro Cámara	\$ 259.980		
Microscopio	\$ 476.700		
Total	\$ 16.727.780		
		Patrimonio	
		Capital	\$ 40.000.000
		Utilidades retenidas	\$ 12.467.709
		Utilidad del ejercicio	\$ 49.870.838
TOTAL ACTIVOS	\$ 272.492.130	TOTAL PASIVOS MAS PATRIMONIO	\$ 272.492.130

Tabla 19. Elaboración propia.



XVI. Flujo de caja

En el flujo de caja los aspectos detallados de ingresos y egresos durante los dos semestres del 2020, muestra el dinero que salió y entró a la empresa.

Las ventas logradas en los primeros seis meses del año fueron de \$ 330.603.712 y en el segundo periodo alcanzamos un tope de \$380.406.156, cifra que fundamenta que mensualmente asciende la demanda del producto masaje capilar Ebela, sumando estos valores adquirimos un total de ingresos anuales de \$ 711.009.868.

En los egresos es relevante mencionar que las utilidades del mes de enero y febrero fueron reinvertidas, tal como se había sustentado con anterioridad en el plan de inversión cuyo monto es de \$8.303.350, situación que solo se aplicó para el primer periodo del año en los meses justificados.

Los gastos de nómina corresponden a \$56.560.200 para ambos semestres, con un total anual de \$113.120.400, dinero que cubre el pago a los 14 empleados que conforman la empresa Ebela S.A.S.

Para llevar a cabo el plan de ventas y producir las unidades de cada mes es necesaria una inversión de materia prima del mes de enero a junio de \$179.315.800 y de julio a diciembre de \$216.142.840, haciendo énfasis en que los últimos meses se prevé vender muchas más unidades, por tanto, los materiales requeridos para la producción del 2020 tiene un costo de \$395.458.640.

En referencia a la maquinaria se dispuso para los primeros meses un tanto de



\$16.343.100 mientras que en el segundo semestre se eleva a \$16.839.571 con una diferencia de \$496.471 que es atribuida al mantenimiento y sostenimiento de los equipos.

El pago de los servicios públicos (energía y agua) que debe cubrir la empresa tienen un valor es de 17 millones de pesos, que para el primer bloque del año es de \$ 8.505.703 y para el segundo de \$8.764.090. Por otra parte, los gastos de ventas en los que se incluye internet, publicidad y telefonía el total anual es de 10 millones; los impuestos por los que se responsabiliza Ebela S.A.S comprenden un tanto de 45 millones entre los dos periodos; respecto a las deudas estas son de 33 millones con un estimado semestral de \$16.8000.

Los valores cuantitativos antes mencionados indican un total de egresos que es de \$311.246.959 para los primeros seis meses y los meses restantes es de \$345.727.712, sin embargo, los ingresos menos lo egresos están representados por \$19.356.753 y \$34.678.444.

Este informe constata que entre el mes de enero y junio el dinero disponible es de 19 millones, cifra que aumenta trascendentalmente entre julio y diciembre con 54 millones, obteniendo un monto anual de casi 74 millones de pesos.

Tabla 20

Flujo de caja semestral de Ebela S.A.S.

	EBELA S.A.S
	FLUJO DE CAJA

Periodo 2020

Flujo de caja.		
	Primer semestre	Segundo semestre
INGRESOS		
Ventas	\$ 330.603.712	\$ 380.406.156
TOTAL INGRESOS	\$ 330.603.712	\$ 380.406.156
EGRESOS		
Inversiones	\$ 8.303.350	
Personal	\$ 56.560.200	\$ 56.560.200
Materiales	\$ 179.315.800	\$ 216.142.840
Maquinaria	\$ 16.343.100	\$ 16.839.571
Gastos de ventas	\$ 5.389.076	\$ 5.509.035
Servicios	\$ 8.505.703	\$ 8.764.090
Impuestos	\$ 20.029.730	\$ 25.111.976
Crédito	\$ 16.800.000	\$ 16.800.000
TOTAL EGRESOS	\$ 311.246.959	\$ 345.727.712
INGRESOS-EGRESOS	\$ 19.356.753	\$ 34.678.444
DISPONIBLE	\$ 19.356.753	\$ 54.035.197

Tabla 20. Elaboración propia.



XVII. Indicadores de evaluación

La tabla a continuación muestra los indicadores de evaluación que empleamos para conocer en qué tiempo recuperaremos la inversión que es aproximadamente de 120 millones de pesos y que se dispondrá para poner en funcionamiento la empresa, además de escudriñar que tan rentable es esta.

Primordialmente hay que señalar que la Tasa Interna de Retorno (TIR) está representada por un 20%, y que los valores que indica la gráfica analizan un periodo de 3 años consecutivos, por ello se detalla en el flujo de caja la utilidad obtenida, en el primer año esta es de \$ 54.035.197, en el segundo de \$ 57.277.309 y en el tercero de \$ 60.713.948, cabe agregar que anualmente el crecimiento total de ventas es del 6%.

Para determinar el Valor Presente Neto, se tuvo en cuenta la inversión que es de \$119.494.977, al igual que cada uno de los periodos citados con su respectiva cantidad y el porcentaje de TIR, estos datos compilados revelan que el valor anual neto es de \$ 445.649. Discriminando la relación beneficio costo en el año 0 solo contamos con el dinero invertido, al año 1 la empresa debe conseguir una ganancia de \$711.009.868 cuyos costos serán de \$336.400.800; al siguiente año la utilidad a lograr es de \$753.670.460 con un costo definido de \$356.584.848, para el tercer año la utilidad trazada es de \$798.890.688 y los costos son equivalentes a un precio de \$377.979.939.

Sin embargo, en relación beneficio costo, el valor presente tiene una cuantía de \$1.578.211.487 que incluye el 20% de TIR, más la inversión inicial, cuyo costo es de



\$866.195.734, aspectos conjuntos que fijan la relación entre beneficio y costo con un porcentaje del 1.82.

Esta última casilla ratifica de manera cuantitativa como la empresa recupera la inversión argumentada en el periodo cero, demostrando que en el primer ciclo el flujo es \$54.035.197, menos un acumulado de \$65.459.780, para el segundo año se cuenta con \$ 57.277.309 restando a esta cantidad un saldo de \$8.182.471, en el tercer año el flujo es de \$ 60.713.948 que deja un saldo a favor de \$52.531.477. En conclusión de la información presentada, la empresa Ebela S.A.S en un plazo de 3 años ha recuperado el 100% de la inversión inicial.

Tabla 21

Indicadores de evaluación y recuperación de la inversión.

	EBELA S.A.S		
	MASAJE CAPILAR EBELA		
	<i>EBELA</i>	<i>BRILLO AL INSTANTE</i>	<i>EBELA</i>
INDICADORES DE EVALUCION			

Tasa Interna de Retorno	
Periodo	Flujo de caja
Año 0	\$ (119.494.977)
Año 1	\$ 54.035.197
Año 2	\$ 57.277.309
Año 3	\$ 60.713.948

TIR		20%			
Valor Presente Neto					
Tasa Interna de Retorno		20%			
Inversión inicial		\$ 119.494.977			
Periodos	1	2	3		
Flujos	\$ 54.035.197	\$ 57.277.309	\$ 60.713.948		
VALOR PRESENTE NETO	\$ 445.649				
Relación beneficio costo	Tasa Interna de Retorno				
	20%				
Periodos	0	1	2	3	Vr Presente
Utilidad		\$ 711.009.868	\$ 753.670.460	\$ 798.890.688	\$ 1.578.211.487
Costos	\$ 119.494.977	\$ 336.400.800	\$ 356.584.848	\$ 377.979.939	\$ 866.195.734
RELACION BENEFICIO COSTO					1,82

Método de periodo de recuperación de inversión				
Periodo	0	1	2	3
Flujo	\$ (119.494.977)	\$ 54.035.197	\$ 57.277.309	\$ 60.713.948
Flujo Acumulado	\$ (119.494.977)	\$ (65.459.780)	\$ (8.182.471)	\$ 52.531.477

Tabla 21. Elaboración propia.



XVIII. Lecciones aprendidas y recomendaciones

Es importante resaltar que como estudiantes de Comunicación Social, desconocíamos muchos términos, conceptos de administración y manejo de empresas, por ello, destacamos las lecciones y conocimientos adquiridos durante todo el semestre por parte de los tutores y el compañero de trabajo, quien es estudiante de Contabilidad Pública, logrando afianzar estos aprendizajes.

En esta cátedra en la que escudriñamos como crear empresas y potencializar ideas de negocio, aprendimos cuales son y deben ser las cualidades y capacidades de una persona que decide emprender a pesar de los miedos y riesgos del mercado, aspecto en el que conocimos el marco legal a nivel nacional, es decir, las leyes que nos cobijan y nos permiten llevar a cabo desde muy corta edad el funcionamiento de una empresa, los tipos de empresa que existen cada cual con sus beneficios y obligaciones, los impuestos por los que debemos responder; también educamos nuestro pensamiento para saber cómo debemos estructural e identificar los modelos organizacionales en el que se designan cadenas de mando, departamentos, roles, cargos, comunicación, lo que implica construir toda una filosofía y cultura corporativa, también elaboramos nómina, plan presupuestal.

Además logramos establecer las diferencias entre los términos administrativos y relaciones intrínsecas que hay en ellos, como activos, pasivos, gastos y costos variables o fijos.



La importancia de la inversión para un proyecto y con ello aprender a mitigar el riesgo, tener en cuenta los elementos significativos para fijar precio a un producto o servicio, como lo es la mano de obra, los CIF, materia prima. Aprendimos hacer un plan de inversión, proyección de ventas, plan de ingresos, costeo de producción, calcular el punto de equilibrio el cual nos servirá para establecer el volumen de ventas y prever pérdidas en la empresa, el flujo de caja en donde se consignan los ingresos y egresos de la empresa, estados financieros, balance general, todos estos análisis que estudiamos y que hoy sabemos realizar, gracias a lo puesto en práctica en esta asignatura, son con el objetivo de evaluar el rendimiento de la organización, como se encuentra su situación económica, visualizar la rentabilidad del negocio, medir su efectividad e utilidades.

Cabe anotar que a través de esta materia y los temas vistos que han sido de gran enseñanza para nuestra profesión, adquirimos las destrezas y habilidades intelectuales para poder dar forma a cualquier idea de negocio, siendo necesario fomentar cada uno de los aspectos antes establecidos, puesto que esto nos mostraría el panorama complejo y detallado de la idea puesta en marcha; aprendimos a desarrollar de manera responsable e integral como crear una empresa.

Recomendaciones

Las recomendaciones propuestas para este proyecto 'Ebela S.A.S' que es una idea de negocio que busca vender un producto llamado Masaje Capilar Ebela, la cual cuenta con 3 presentaciones son:



- Tener presente la opción de asociarse con personas que puedan aportar un capital a la empresa para que esta expanda su proyección en el mercado y se amplíe la planta de producción, hay que hacer énfasis que aunque la empresa es S.A.S en el momento solo cuenta con un único dueño.

-Idealizar el producto de masaje capilar Ebela para tamaño familiar, esto podría generar mayor demanda del producto.

- para visualizar mejor la proyección de ventas y plan de ingresos anual acceda a los siguientes link:

Proyección de ventas de masaje capilar Ebela

- <https://drive.google.com/file/d/1RtK3Yaypo6LIY8kLL-NMPPhiTOoGYacg/view?usp=sharing>

Ingresos anuales Ebela S.A.S

- <https://drive.google.com/file/d/1MCYLXRk0SwtuPhls5US6cLukrck-0-7g/view?usp=sharing>



XIX. Bibliografía

ANDI, A. N. (2017). *El sector cosméticos en Colombia*.

<http://proyectos.andi.com.co/cica/Documents/PRESENTACION%20C3%93N%20C3%81MARA%20actualizada%202017.pdf>.

Andi, C. d. (2015). *Informe De Sostenibilidad 2015 Industria Cosmética y Aseo*.

Recuperado el 07 de 18 de 2019, de

<http://proyectos.andi.com.co/cica/Documents/Cosmeticos/Informes/InformeSostenibilidad.pdf>

Dinero, R. (2015). *Industria de la belleza vislumbra un buen futuro en Colombia*.

<https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/perspectiva-industria-belleza-colombia-2015/211931>.

Repositorio Institucional Exeditio, U. J. (06 de 02 de 2020). *Las mujeres bogotanas*

prefieren los cosméticos de marcas que sean reconocidas o recomendadas, por encima de las que son ecológicas. págs.

[https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/las-mujeres-](https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/las-mujeres-bogotanas-prefieren-los-cosmeticos-de-marcas-que-sean-reconocidas-o-recomendadas-por)

[bogotanas-prefieren-los-cosmeticos-de-marcas-que-sean-reconocidas-o-recomendadas-por.](https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/las-mujeres-bogotanas-prefieren-los-cosmeticos-de-marcas-que-sean-reconocidas-o-recomendadas-por)



Republica, L. L. (17 de febrero de 2020). Cosméticos, un mercado que movió el año pasado US\$3.572 millones en Colombia.

<https://www.larepublica.co/consumo/cosmeticos-un-mercado-que-movio-el-ano-pasado-us3572-millones-en-colombia-2965224>.