

**Estudio de viabilidad para la creacion de una
empresa de maquillaje especializado en las
mujeres afrodescendientes en edades de 25 a 49 años
de la ciudad de Santiago de Cali**

**Jellen Gutierrez Valdez
Dana Marcela Montano**

**Fundacion universitaria San Martin
Facultad de administracion de empresas
Administracion de empresas
Santiago de Cali
2016**

**Estudio de Viabilidad para la Creación de una Empresa de Maquillaje Especializado en las
Mujeres Afrodescendientes en edades de 25 a 49 años de la ciudad de Santiago de Cali**

**Jellen Gutiérrez Valdés
Dana Marcela Montaña**

**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

**Estudio de Viabilidad para la Creación de una Empresa de Maquillaje Especializado en las
Mujeres Afrodescendientes en edades de 25 a 49 años de la ciudad de Santiago de Cali**

**Jellen Gutiérrez Valdés
Dana Marcela Montaña**

**Proyecto de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**Asesor:
Ing. MAURICIO HERRERA .MBA.MsC**

**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

Tabla de Contenido

| | pág. |
|---|------|
| Introducción | 11 |
| Capítulo I | 14 |
| Planteamiento del problema | 14 |
| 1.1. Formulación del problema | 15 |
| 1.2. Sistematización del Problema | 16 |
| Capítulo II | 17 |
| Objetivos | 17 |
| 2.1 Objetivo General..... | 17 |
| 2.2 Objetivos específicos | 17 |
| Capítulo III | 18 |
| Justificación | 18 |
| 3.1. Teórica | 18 |
| 3.2. Metodológica | 18 |
| 3.3. Práctica..... | 19 |
| Capítulo IV | 20 |
| Marco de referencia | 20 |
| 4.1. Estado del arte..... | 20 |
| 4.2. Marco teórico | 22 |
| 4.2.1. Fuerzas competitivas de Porter. | 22 |
| 4.2.2. Marketing mix..... | 24 |
| 4.2.3 Estudio del mercado..... | 26 |
| 4.2.4 Estudio Técnico. | 31 |
| 4.2.5 Estudio Administrativo. | 32 |
| 4.2.6. Estudio Legal. | 32 |
| 4.2.7 Evaluación financiera..... | 33 |
| 4.3. Marco conceptual..... | 33 |
| 4.4. Marco legal | 35 |

| | |
|--|----|
| 4.5. Marco espacial | 37 |
| 4.6. Marco temporal..... | 37 |
| Capítulo V..... | 38 |
| Metodología | 38 |
| 5.1. Tipo de estudio..... | 38 |
| 5.2. Método de estudio..... | 38 |
| 5.3. Fuentes y técnicas para la recolección de información..... | 39 |
| 5.3.1 Fuentes primarias..... | 39 |
| 5.3.2 Fuentes secundarias..... | 41 |
| 5.4. Técnicas de recolección de información..... | 41 |
| 5.4.1 Técnicas estadísticas..... | 41 |
| 5.4.2 Presentación de la información..... | 42 |
| Capítulo VI..... | 43 |
| Análisis de la información | 43 |
| 6.1 Estudio de mercado..... | 43 |
| 6.1.1 Análisis del sector..... | 43 |
| 6.1.2 Descripción de fuerzas competitivas del sector cosmético en Cali | 46 |
| 6.1.3. Análisis del mercado..... | 48 |
| 6.1.4 Estructura del Mercado | 49 |
| 6.1.4.1 Análisis de la demanda..... | 49 |
| 6.1.4.2 Análisis de la oferta..... | 51 |
| 6.1.4.3. Investigación del Mercado..... | 53 |
| 6.1.4.4 Análisis de encuesta..... | 54 |
| 6.1.4.5. Mercado Objetivo | 65 |
| 6.1.4.6 Tamaño del mercado Objetivo..... | 66 |
| 6.1.4.7. Competencia..... | 67 |
| 6.1.5 Estrategias de Mercadeo..... | 68 |
| 6.1.6 Estrategia de Precios..... | 68 |
| 6.1.6.1 Políticas de precios de la competencia..... | 68 |
| 6.1.6.2 Precio previsto | 69 |
| 6.1.7 Estrategia de Producto..... | 70 |
| 6.1.7.1 Alianzas..... | 70 |
| 6.1.7.2 Fijación de precios de descuento | 70 |
| 6.1.8 Estrategia Informativa..... | 71 |
| 6.1.9 Estrategia de Distribución..... | 71 |
| 6.1.9 Estrategia de servicio..... | 71 |

| | |
|--|------------|
| 6.1.10 Estrategias de promoción y publicidad | 72 |
| 6.1.11 Presupuesto de mercadeo..... | 73 |
| 6.1.12 Plan de ventas..... | 74 |
| Capítulo VII | 77 |
| Estudio de viabilidad técnica | 77 |
| 7.1 Localización del negocio | 77 |
| 7.2 Ficha técnica de los bienes y servicios | 78 |
| 7.3 Proceso de atención..... | 80 |
| 7.4 Capacidad de planta | 82 |
| 7.5 Requerimiento de planta física..... | 83 |
| 7.6 Recursos humanos | 87 |
| 7.7 Inventarios..... | 88 |
| Capítulo VIII..... | 89 |
| Estudio organizacional y legal..... | 89 |
| 8.1 Organizacional | 89 |
| 8.1.1 Misión | 90 |
| 8.1.2 Visión..... | 90 |
| 8.1.3Valores Corporativos | 90 |
| 8.1.4 Política de Calidad..... | 91 |
| 8.1.5 Objetivos corporativos de la empresa | 91 |
| 8.2 Estudio legal..... | 98 |
| 8.2.1 Constitución legal de la empresa..... | 98 |
| 8.2.2Permisos..... | 99 |
| 8.2.3 Tipos de contratos | 102 |
| 8.2.4 Licencias y derechos | 103 |
| Capítulo IX..... | 104 |
| Estudio financiero | 104 |
| 9.1 Inversiones del proyecto | 104 |
| 9.2 Costos de financiación del proyecto..... | 105 |
| 9.3 Costo de Oportunidad del Inversionista..... | 106 |
| 9.4 Costo de la deuda financiera del proyecto..... | 106 |
| 9.5 Costo de Capital del Proyecto..... | 107 |
| 9.6 Parámetros de proyección financiera | 108 |

| | |
|--|-----|
| 9.7 Políticas financieras | 108 |
| 9.8 Proyecciones financieras..... | 110 |
| 9.9 Puntos de equilibrio del proyecto | 117 |
| 9.10 Evaluación financiera del proyecto..... | 118 |
| | |
| 10. Cronograma de actividades..... | 121 |
| | |
| 11. Presupuesto | 122 |
| | |
| 12. Conclusiones..... | 123 |
| | |
| 13. Recomendaciones | 125 |
| | |
| Referencias Bibliográficas | 126 |

Introducción

Este trabajo de investigación pretende analizar la viabilidad y rentabilidad para la comercialización de productos de maquillaje para mujeres afrodescendientes en la ciudad de Santiago de Cali.

Desde la antigüedad el ser humano ha buscado la manera de verse y sentirse mejor. Es de esta necesidad de la que surgen los productos cosméticos. Por lo tanto, este proyecto toma especial relevancia debido al constante crecimiento económico que presentó el sector de los cosméticos en la última década en Colombia, según estudio de Proexport, generando gran confianza en la creación de empresas dedicadas a la comercialización de este tipo de productos.

En este orden de ideas, el estudio se estructura en cuatro fases que son los lineamientos investigativos, los resultados, las conclusiones y recomendaciones, los cuales, se dan a conocer con la formulación y evaluación del proyecto ya que este permite explicar con mayor coherencia su viabilidad; por lo tanto, el trabajo contempla los siguientes estudios de viabilidad:

Estudio de Factibilidad del Mercado: en este estudio se muestra las consideraciones más importantes de la Demanda y Oferta existente en las organizaciones de cosmética. Al igual que las estrategias de marketing que se van a emplear para impulsar la empresa.

Estudio de Factibilidad Técnica: muestra los requerimientos de recursos físicos, tecnológicos, y humanos de la empresa, orientado a determinar y cuantificar los recursos necesarios para la puesta en marcha de la nueva organización.

Estudio de Factibilidad Organizacional y Legal: se determina la estructura administrativa de la organización, así mismo, muestra procesos de Planeación, Organización,

Dirección, y control. Igualmente se describe el manejo legal del negocio, en lo que corresponde a su constitución, y lo relacionado con asuntos comerciales tributarios, y laborales.

Estudio de Factibilidad Financiera: en este estudio se evalúa financieramente el proyecto, determinando la cuantificación de la inversión total, las fuentes de financiación, las proyecciones de estados financieros, y los criterios de evaluación tales como: el VPN (Valor presente neto), TIR (tasa interna de retorno), FCL (Flujo de caja libre), periodo de recuperación de la inversión, entre otras variables.

A continuación se muestra el lienzo estratégico del plan de negocio, adecuado al modelo CANVAS.



Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co