

**Trabajo de grado**

**Plan de negocio para la creación de un Salón de belleza**

**Presentado por:**

**Manuela Flórez Gil**

**Asesor Temático:**

**Adolfo Enrique Hernández Narváez**

**Asesor Metodológico:**

**Juan Esteban Rodríguez Gómez**

**Universidad Autónoma Latinoamericana UNAULA**

**Facultad de Administración de Empresas**

**Medellín**

**2024**

## **Resumen**

El salón de belleza Atelier, surge de la oportunidad que se identifica en la industria de la belleza, pues específicamente el sector de las peluquerías se ha posicionado en Colombia, debido a la creciente demanda ante servicios que además de potenciar la apariencia física, permiten proyectar la feminidad y principalmente mejorar la autoestima. Por ello, desde la caracterización del plan de negocio se evidencia su factibilidad, debido que los factores del sector benefician y permiten la creación de la marca. En este sentido, se presenta un equipo conformado por seis especialistas en tratamientos y procedimientos del área de cabello, uñas y rostro, permitiendo la creación de un portafolio integral que posicionará a Atelier como uno de los pioneros de San Cristóbal en implementar la belleza ética, bajo técnicas y productos creados a base de materia prima natural, que ayudan a mejorar la salud de la piel, el cabello y las uñas.

**Palabras clave: Feminidad, autoestima, factibilidad, belleza ética, salud.**

## **Abstract**

The beauty salon Atelier, arises from the opportunity identified in the beauty industry, because specifically the hairdressing salon sector has positioned itself in Colombia, due to the growing demand for services that in addition to enhancing physical appearance, allow to project femininity and mainly improve self-esteem. Therefore, from the characterization of the business plan, its feasibility is evidenced, because the factors of the sector benefit and allow the creation of the brand. In this sense, a team formed by six specialists in treatments and procedures in the area of hair, nails and face is presented, allowing the creation of a comprehensive portfolio that will position Atelier as one of the pioneers of San Cristobal in implementing ethical beauty, under techniques and products created based on natural raw materials, which help improve the health of the skin, hair and nails.

**Key words: Femininity, self-esteem, feasibility, ethical beauty, health.**

## **1. Módulo de formulación**

### **1.1. Formulación oportunidad**

Una de las distinciones culturales que se ha determinado históricamente es la feminidad, caracterizada por las expectativas del comportamiento social de las mujeres, evidenciado a través de procesos de socialización y comportamientos inculcados desde la infancia, lo que se puede reflejar en el cuidado de la imagen y de la apariencia física, por ejemplo, por medio de la forma de vestir, temas estéticos como el organizar el cabello y las uñas de forma prolija (Sojo, 2020). A su vez, el avance de la sociedad ha generado una

construcción conceptual de belleza, que ejerce una influencia sobre la percepción de la apariencia formando estándares no sólo con el fin de demostrar la identidad en una mujer, sino con el objetivo de marcar tendencias en el mercado creando una oportunidad de crecimiento económico por medio del concepto de representación de la belleza actual (Acuña, 2017).

En este sentido, la aparición del Covid-19 impactó directamente el consumo de los productos y servicios que las peluquerías ofrecen disminuyendo su demanda. Sin embargo, la reactivación empresarial y el regreso a la presencialidad dinamizó el mercado y obligó al sector a innovarse, por lo que la Asociación Nacional de empresarios de Colombia (ANDI) planteó frente a la Cámara de la industria cosmética, que la economía se ha recuperado, teniendo un crecimiento para el 2021 del 3,8% equivalente a un valor de 9,49 billones de pesos, impulsando así el PIB del país (Forbes Colombia, 2022). Debido a que Colombia se encuentra en el proceso de posicionarse en el mercado de la belleza, se ha dedicado a convertir dicho sector en el cuarto de las industrias líderes más importantes en Latinoamérica como exportador. Según el Instituto de Comercio Exterior, el país generó ventas de más \$11 billones anuales, y se espera un crecimiento del 11.6% en los siguientes años (Portafolio, 2022).

Así mismo, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020) mediante el informe ejecutivo del micronegocio de las peluquerías en Colombia, realizó una comparación sobre la dinámica de dicho sector, donde se encontró que el 23.6% de los negocios son llevados a cabo en un local, frente al 33.9% trabajaban en sus viviendas, y las personas que no tenían un negocio sino que sólo ejercían su profesión de belleza tenían en promedio unos ingresos mensuales de \$710.160, mientras que las peluquerías con más un trabajador contratado legalmente, generaban ganancias aproximadas de \$3'159.259. También, se observó que, si bien los hombres participaban en dicho mercado con el 20,6%, las mujeres son quienes más prevalecían no sólo como fuerza de trabajo si no como clientes finales, representando el 79.4% de las personas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco, 2021), explicó que el sector productivo de las peluquerías tenía un nivel de desarrollo del 71.1%, por lo que el 55.78% de las mismas buscaban expandirse y hasta abrir nuevas sedes. Así mismo, Euromonitor que es uno de los líderes mundiales en investigación de mercado independiente, estima unas proyecciones de crecimiento de 3,5% para el 2024 (La República, 2023).

En razón de los datos anteriores, y observándose un sector en el que se encuentran posibilidades para la creación de negocios relacionados a la belleza, se propone un plan de negocio para desarrollar el salón de belleza Atelier, con el fin de incursionar en un sector económico que va en ascenso, donde se evidencia la demanda de servicios relacionados con la belleza, tanto por su impacto económico como por su influencia en el proceso de crear feminidad e identidad en las mujeres y niñas. Adicionalmente, se

busca aprovechar el espacio de un garaje ubicado en el corregimiento de San Cristóbal de Medellín para promover las habilidades de las personas que ejercen o quieren ejercer en dicho mercado, principalmente para brindar un servicio de calidad y familiaridad a todas las clientes que quieran potenciar su belleza, por medio de peinados con el fin fomentar la libertad de expresión a partir del cabello, así como una oportunidad de salir de lo cotidiano a través del maquillaje para ayudar a mejorar la apariencia de su rostro, sentirse más hermosas y sobresalir donde quieran que vayan, y las uñas como un símbolo de presentación personal y estética.

## **1.2. Justificación**

Para la creación del Salón de belleza Atelier es fundamental el realizar un plan de negocio, pues éste permite el anticiparse al entorno en el cual se desempeñará, analizando las interrelaciones funcionales del negocio desde variables endógenas (internas) como la actividad principal, estructura, productos y/o servicios, entre otras, y variables exógenas (externas) como el mercado, competidores, sector o industria, etc, para determinar las decisiones que se deben tomar hoy, con el fin de establecer el camino que se debe seguir para alcanzar sus objetivos, reduciendo la incertidumbre y riesgos asociados. En resumen, el plan de negocio busca documentar y comunicar de forma descriptiva cómo será la operación, la implementación de estrategias y dando a conocer la forma en que deben llevarse a cabo para alcanzar las metas establecidas desde un inicio (Viniegra, 2007).

Así pues, ante el posicionamiento que ha logrado el sector de las peluquerías en Colombia, Atelier entiende que actualmente la industria de la belleza tiene una influencia sobre la construcción de la identidad individual, basada en la consciencia subjetiva que se tiene de sí mismo. En virtud de ello, la identidad se ha convertido en uno de los pilares para el amor propio y la aptitud para percibir la belleza; este atractivo no sólo se determina por factores como la personalidad y pertenencia a un grupo social, sino también por las características físicas y presentación personal, que hacen parte de su propio desarrollo y de lo que quiere transmitir cada persona (Campos, 2014).

Según lo anterior, Atelier parte de la premisa de operar considerando cómo la apariencia física tiene influencia directa en la psicología del ser (El país, 2022); pues esto, permitirá impactar positivamente a la sociedad ayudando a las personas a desarrollar su identidad y autoestima, por medio de prácticas que no sólo potenciarán su apariencia física, sino que van a promover el tener un cuidado físico de una forma más natural, ya que se busca beneficiar la calidad de vida de las personas y del medio ambiente, por medio del uso y comercialización de productos naturales, fomentando el consumo consciente y sostenible a través de la ética cosmética.

Ahora bien, en cuanto a la operatividad de las peluquerías, el censo del DANE (2019) evidencia informalidad del sector en Colombia. En promedio, el 88% no tiene Cámara de comercio y el 91,8% no realiza aportes prestacionales; lo que genera riesgos y desventajas, como el incurrir en sanciones por las entidades de vigilancia y control (Cámara de Comercio de Medellín, 2023). No obstante, el legalizarse le permitirá a Atelier tener la participación en la base de datos empresarial de la Cámara de Comercio, lo que se convierte en una oportunidad de hacerse visible hacia clientes potenciales de todo el país de una forma más confiable, ya que el estar en esta lista acredita el cumplimiento de los deberes legales como empresario y como empleador, generando más seguridad, control y prevención frente a los riesgos que puedan existir tanto para los trabajadores como para la organización. También, se facilita el acceso a créditos, oportunidades de financiación, acceso a programas de fortalecimiento empresarial y asesoría de la Cámara de comercio (Cámara de Comercio de Medellín, 2023).

Finalmente, el Salón de belleza alinea su propuesta hacia cumplir las nuevas necesidades de la industria de la belleza y la sociedad, con el fin de suplir la demanda y generar la oportunidad laboral aproximadamente a 6 personas, dignificando su labor por medio del reconocimiento no sólo de sus habilidades, sino de las garantías laborales que permitirán a ambas partes tener tranquilidad. Cabe señalar que, la afiliación a las prestaciones sociales es un derecho irrenunciable de todo empleado ya que lo protege en situaciones de alteración de la salud. También, la pensión, como reconocimiento de las prestaciones económicas cuando no tienen la oportunidad de generar ingresos por causa de vejez, invalidez o muerte, y para amparar a la familia que depende de ellos. La protección y atención ante accidentes o enfermedades a causa de la realización de su trabajo a través del sistema de riesgos laborales ARL y, por medio de la caja de compensación familiar, se realiza la gestión y entrega de sus aportes para mejorar sus condiciones y las de su familia (Comfama, 2023).

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocio para la creación e implementación del Salón de belleza Atelier, con el fin de iniciar su operación en el 2025-1.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Analizar las condiciones del mercado del sector de la belleza, para caracterizar el segmento de clientes objetivo del salón de belleza Atelier.
- Establecer la factibilidad técnica, operativa y administrativa de Atelier para iniciar sus operaciones en el primer semestre del 2025.
- Determinar la viabilidad financiera del plan de negocio de Atelier con el fin de posicionarse en el mercado de la belleza.

#### **1.4. Alcance**

El alcance del presente trabajo de grado, es el desarrollo de un plan de negocio para la creación de un salón de belleza en la ciudad de Medellín bajo la modalidad de emprendimiento. Es importante señalar que el plan de negocio no incluye la constitución del salón de belleza, ya que ésta se llevará a cabo en el primer periodo del 2025. Finalmente, se aclara que los valores del módulo financiero serán aproximados ya que se llevarán a cabo proyecciones.

#### **1.5. Metodología**

El presente plan de negocio se lleva a cabo a partir del modelo Canvas como base para crear y entregar valor mediante el análisis de las cuatro principales áreas de un negocio: los clientes, la oferta, la infraestructura y la viabilidad financiera, y que se plasmará a través del lienzo de nueve bloques: segmento de mercados, propuesta de valor, canales de distribución, relacionamiento con el cliente, ingresos, recursos clave, actividades fundamentales y alianzas estratégicas, esto con el fin de generar alternativas estratégicas para implementarlas como estructuras, sistemas y procesos organizacionales (Osterwalder & Pigneur, 2010). En este sentido, la idea de la creación de una peluquería surge a partir de la oportunidad de desarrollarse en un sector que se ha posicionado en el mercado debido a su impacto social, económico y hacia el medio ambiente.

En procura del desarrollo los objetivos propuestos, se implementa como técnica de recolección de información la revisión documental, que implica consultar, detectar y obtener datos en bibliografía o documentos referentes al caso de estudio (Hernández et al., 2010). Por ello con el fin de realizar la caracterización del público objetivo donde se pretende llevar a cabo el plan de negocio, se indagó por medio de internet, artículos académicos y libros sobre información y datos relevantes del sector de la belleza y las peluquerías a nivel nacional y en la ciudad de Medellín para contextualizar las variables exógenas, tales como el mercado, la industria, los competidores, entre otras. Posteriormente, se analiza dicha información con el propósito de determinar las variables endógenas que formarán las características distintivas del salón de belleza, como su estructura, productos y/o servicios, el core de negocio, etc.

Así mismo, dado que la recolección de datos permite entender los motivos subyacentes de los comportamientos de las personas basándose en sus pensamientos, creencias y experiencias (Hernández et al., 2010), se ejecutó una encuesta de 10 preguntas creada de forma virtual a través del Software Google Forms, que fue distribuida por medio de las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp a 200 personas pertenecientes al corregimiento de San Cristóbal y sus alrededores ya que el salón de belleza Atelier tendrá su ubicación allí. Dicho público fue seleccionado como un muestreo no probabilístico

debido a que, la investigación no se basa en una probabilidad sino en las causas asociadas a las características de la misma, que permitirán el entendimiento del fenómeno de estudio. El muestreo se aplicó bajo la técnica intencional, pues está fundamentada en la conveniencia del investigador y permite seleccionar sólo los casos característicos de una población por medio de criterios de inclusión o exclusión (Hernández et al., 2010).

Según lo anterior, se eligió como unidad de análisis a los usuarios de los servicios que presta un salón de belleza, peluquería o negocios similares en el corregimiento de San Cristóbal de la ciudad de Medellín con el fin de conocer sus criterios de decisión y percepción ante la industria de la belleza. Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes: rango de edad, género, ¿Qué tipo de servicios le gustaría que se ofreciera en el sector donde vive?, ¿Con qué frecuencia visita el salón de belleza, peluquería o negocios similares?, ¿Cuáles son los tipos de servicios que utiliza al visitar estos negocios?, ¿Qué otros servicios le gustaría encontrar?, ¿Cuál es su principal motivación para ir a un salón de belleza, peluquería u otro?, ¿Cuánto es su presupuesto mensual para dedicarle a la autoestima, belleza y manejo de su cuidado personal?, ¿le gustaría encontrar otros productos en el salón de belleza, peluquería o negocios similares? y ¿Qué tipo de productos le gustaría encontrar?.

Cabe resaltar que, debido que no se discriminó el rango de edad permitido de las personas para contestar dicha encuesta, se solicitó que para que los menores de edad pudieran participar, estuvieran bajo la supervisión de sus padres o de la persona a su cargo, como se evidencia en la siguiente figura:

**Figura 1: Consentimiento informado**

## Encuesta para conocer los criterios y percepción de las personas que utilizan los servicios de un Salón de belleza, peluquería o negocios similares en Medellín

Si usted es menor de edad, se solicita que se encuentre bajo la supervisión de sus padres o de un adulto responsable. Por ello, para confirmar el permiso de participación, la persona a su cargo debe firmar el siguiente consentimiento informado. (se aclara que toda la información será usada con fines académicos, y no se revelarán datos personales de los participantes) \*

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con la Cédula de Ciudadanía Número \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, actuando en mi calidad de representante legal y/o acudiente del menor de edad, manifiesto que permito o autorizo su participación, en la encuesta para conocer los criterios y percepción de las personas que utilizan los servicios de un Salón de belleza, peluquería o negocios similares, la cual se realiza con fines académicos y no difundirá los datos personales proporcionados.

En la opción "Otro..." escribir los datos solicitados

Otro: \_\_\_\_\_

**Enviar** [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó fuera de tu dominio. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Finalmente, para establecer la infraestructura, las herramientas e insumos necesarios para la operación, y la creación del portafolio de servicios se contó con el acompañamiento de la profesional Maritza González, quién hará parte de las trabajadoras del Salón de belleza.

## **2. Módulo de mercados**

### **2.1. Definición del sector**

El salón de belleza Atelier pertenece al sector terciario de la economía pues este comprende todas aquellas actividades que generen productos intangibles o la prestación de servicios (Astudillo, 2012). En este caso se ejercen los servicios personales pertenecientes al subsector de estética/cosmética facial y ornamental, que abarca las actividades que se llevan a cabo usando elementos y productos cosméticos con el fin de modificar temporalmente la apariencia estética en el rostro, cabello y las uñas (faneras) (Alcaldía de Bogotá, 2023).

### **2.2. Análisis del entorno macroeconómico**

Debido al posicionamiento de la industria de la belleza, Colombia se ha denominado como uno de los líderes en Latinoamérica, en 2019 el país se destacó por ser el quinto mercado más grande en artículos de cuidado personal y cosméticos superando los USD \$3.058 millones, esto lo ha convertido en uno de los sectores con mayor consumo per cápita debido a compras de productos de las siguientes empresas: Vogue, Bel-star que es dueño de las marcas L'Bel, Ésika, Avon y Natura (La República, 2023).

Además, las ventas de productos capilares han tenido un aumento debido a la preocupación de las personas por el crecimiento y mantenimiento de un cuero cabelludo sano. Así pues, según la ANDI, la industria capilar y de cosméticos, representó en el 2022 el 51,79% del total de las ganancias en Colombia (USD \$3.572 millones) y un crecimiento del 9,5% comparado con las cifras del 2021, con respecto al cuidado personal y de limpieza se espera que el gasto aumente en 12,1% y el PIB crezca por lo menos un 1% (Portafolio, 2023). Además, las exportaciones en el 2022 ascendieron cerca de USD \$92 millones, por la creciente necesidad de las personas frente a productos naturales o con extractos orgánicos, por lo que se prevé un crecimiento para este segmento de una tasa compuesta anual de 4,74% hasta el 2025 (La República, 2023).

Así mismo, los colombianos también han contribuido a un mayor crecimiento, pues según la ANDI (2023) las personas acumularon un gasto de USD \$3000 millones anuales. Realizando una comparación, las cifras de este sector que representó el 3% del PIB se elevan casi al 40% de toda la facturación de la industria de la moda, que ha sido fundamental para consolidar la economía nacional, ya que este vende cerca de 25 billones de pesos en prendas de calzado y vestimenta al año, y a su vez factura en promedio 11.5 billones de pesos en el mercado de la belleza (Fashion Network, 2022).

## 2.3. Análisis del sector

### 2.3.1. Factor político

Según la oficina económica y comercial de la Embajada de España en Bogotá y la entidad pública empresarial España, Exportación e Inversiones ICEX (2023) mediante la ficha del sector de belleza y cosméticos, éste se ubica dentro de la industria de productos químicos o de las industrias conexas del sistema armonizado establecidos en los capítulos arancelarios 33 y 34 de la sección VI del acuerdo comercial denominado “Multipartes entre Colombia y la Unión Europea” que se encuentra vigente desde 13 de Agosto de 2013, subdividido en los códigos arancelarios:

Perfumes y aguas de tocador: 3303

Cosmética: 3304, cosmética del color 33041, 33042, 33043 y cuidado de la piel 33049

Cuidado del cabello: 3305

Aseo e higiene personal: 3306, 3307 y 3401

Las entidades de control encargadas son la DIAN, responsable de controlar y administrar el cumplimiento de las obligaciones aduaneras, tributarias y cambiarias y se encuentra adscrito al Ministerio de Hacienda y crédito Público. El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), es el organismo de la vigilancia, homologación y certificación de cosméticos y todos los productos sujetos a vigilancia sanitaria, clasificándolos en riesgo alto, medio o en este caso riesgo bajo por lo que no necesitan un registro sanitario, en su defecto la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) que es la autorización dada a un importador para la comercialización de un producto cosmético en el país luego de revisar el cumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa (ICEX, 2023).

En este sentido, si bien el *core* de negocio de Atelier es la prestación de servicios, también se busca comercializar productos de belleza. Por ello, es importante saber que el país ha representado un aumento del 15,06% de las importaciones durante los últimos 4 años, pues para el 2021 el país alcanzó a importar aproximadamente \$464 USD, cifra que presentó un crecimiento de aproximadamente \$63 USD, ya que en el año anterior se importaron \$401 USD (ICEX, 2023). Así mismo, para la Entidad Promotora de la Inversión, el Turismo y las Exportaciones (Proexport) el país se ubicó en el tercer lugar con respecto a la exportación en este mercado, pues en 2021 logró enviar USD \$483 millones, cifra que aumentó para el 2022 a USD \$530 millones, ya que sólo entre enero y agosto sus ventas aumentaron en un 40.2% (Procolombia, 2022). Por tanto, el sector de los cosméticos se ha mantenido en una balanza comercial positiva, sin embargo, especialmente en el 2022 las importaciones superaron las exportaciones en el sector de los cosméticos (ICEX, 2023).

Es así que, Atelier para expandirse como una marca posicionada, tendrá la opción de comparar qué mayor rentabilidad o disminución de costos obtendría al comprar los

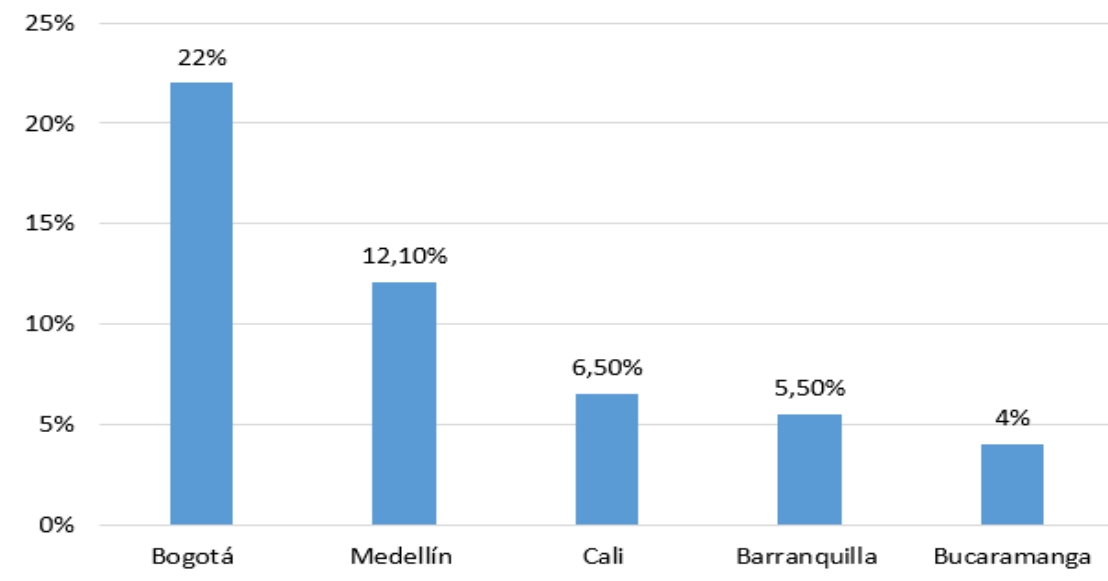
productos para su operación y comercialización en las distribuidoras ubicadas en Colombia, o al tener la oportunidad de importar directamente los productos pertenecientes al acuerdo comercial, es decir, producidos en los países miembros a la Unión Europea, ya que no le generaría carga arancelaria, que es del 15% en los países que Colombia no tiene acuerdo comercial, debido que todos los productos pertenecientes a los códigos arancelarios mencionados están exentos, menos el 3401 que tiene un gravamen de 1,80%, representando incluso una disminución, pues antes de dicho acuerdo los aranceles se encontraban hasta el 6,50%(ICEX, 2023). Además, podría generar alianzas comerciales que le beneficiarían al momento de tomar la decisión de internacionalizarse, ubicando nuevas sedes en otros lugares.

### 2.3.2. Factor económico

El sector de la belleza también contribuye a la generación de empleo en Colombia, pues según un informe realizado por el Mintrabajo (2020) con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), Colombia productiva, y la Red de Observatorios Nacionales de Mercado de Trabajo (Red Ormet), la evolución de ocupados por sexo ha tenido en el sector un impulso y predominancia de la ocupación para el segmento femenino de la población.

Al verificar la distribución laboral de este mercado geográficamente, se evidencia que la mayor participación se da en cinco de las principales ciudades del país, pues son los centros urbanos que tienen mayor concentración de empresas con respecto a esta industria (Mintrabajo, 2020), como se muestra en la siguiente figura:

**Figura 2. Distribución de personas ocupadas por Ciudad**



Nota. Se evidencia que Bogotá y Medellín se convierten en el epicentro de la industria de la belleza y las peluquerías, ocupando más del 30% de la distribución de puestos de

trabajo del sector. Fuente: Elaboración propia a partir de información de Mintrabajo (2020).

Así mismo, específicamente el sector de los salones de belleza tiene gran participación, pues genera aportes hasta de USD \$94 millones anuales (La República, 2022). Igualmente, impacta en el mercado laboral ya que luego de realizar un censo, el DANE (2019) registró que existen aproximadamente 261.278 peluquerías, las cuales están generadas por 14.800 empleadores equivalente al 5.7%, y el 94.3% que son 246.878 personas que trabajan por cuenta propia. La distribución en su dinámica de trabajo registra principalmente que el 33,9% equivalente a 88.796 personas atienden su negocio en casa y 61.872 de las personas cuentan con local, éstas representan el 23,6% (DANE, 2019).

Por tanto, así como existe una creciente demanda, se evidencia una creciente oferta laboral en el sector de la belleza, que se convierte en una competencia para el salón de belleza, dificultando la búsqueda de profesionales pues como se menciona anteriormente, Medellín es una de las ciudades con mayor desarrollo productivo en cuanto a la industria. No obstante, debido que Atelier se conformará legal y formalmente, esto se convierte en un diferenciador para la fuerza laboral, pues generalmente se refleja informalidad en cuanto al cumplimiento del pago de las prestaciones laborales, pues los pagos o salarios se dan por porcentajes entre el dueño del local y el profesional. Es por ello, que se pretende dignificar el valor del ser e importancia de los trabajadores en el negocio, y paralelamente evitar las repercusiones legales como sanciones administrativas y judiciales derivadas de su incumplimiento, y las obligaciones monetarias, ya que un empleador que no cumple correctamente su deber de aportar, es el responsable de asumir las coberturas económicas y asistenciales de todas las eventualidades referentes de la maternidad, vejez, enfermedad y accidente de trabajo o muerte, lo cual podría comprometer el patrimonio (Sura, 2023).

### **2.3.3. Factor social y ecológico**

Colombia se ha convertido en uno de los 12 países catalogados mundialmente como mega diversos, donde vive aproximadamente el 10% de las especies conocidas (Grupo Banco Mundial, 2022). Debido a esto, el país ha tenido una transformación de los modelos de operación laboral implementando el uso de productos amigables con el medio ambiente, minimizando el uso de materiales de plástico que puedan tardar mucho tiempo en desintegrarse, innovando por medio de la sostenibilidad, esto con el fin de alinearse con el objetivo del Ministerio de comercio, industria y turismo que, a través de la entidad Colombia Productiva, busca potenciar el sector de los cosméticos aprovechando la ventaja comparativa del país de generar productos con ingredientes naturales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016).

Además de desarrollar dos nuevas nociones sociales en las personas, una es el conocimiento y sensibilidad hacia el cuidado de sí mismos, generando otras preferencias

en el consumo de productos para el cuidado capilar, la piel y maquillaje con ingredientes más amigables y mayor protección e hidratación. Y una mirada crítica sobre las prácticas que han afectado negativamente el medio ambiente, buscando ser más conscientes para proteger la biodiversidad, y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero que han afectado el cambio climático (La República, 2022). Estas nuevas exigencias de los consumidores han ido creando tendencias, pues aproximadamente el 62% de la población tiene un gran interés sobre el consumo de productos socialmente responsables, libres de parabenos y de la crueldad animal. Por lo que la industria se ha movilizado hacia mejores prácticas que le permitan contribuir a la sociedad y a mitigar los efectos del cambio climático (Fenalco, 2023).

En este sentido, Atelier apoya el nuevo pensamiento de los consumidores, ya que se busca cuidar el medio ambiente, la salud y apariencia de los clientes. Por ello, se pretende difundir y aplicar las nuevas filosofías en la asesoría, venta de productos y prestación de servicios de la belleza, por medio de las siguientes prácticas:

**La cosmética ética:** tiene como principal finalidad en la producción de los cosméticos respetar el medio ambiente por medio de la sostenibilidad, creando productos *eco-friendly* a base de ingredientes y envases o empaques naturales, biodegradables y reutilizables (Fenalco, 2023).

**Cosméticos amigables con el medio ambiente:** son los productos creados sin aditivos químicos, su objetivo es que sean naturales pero que al mismo tiempo cumplan con su funcionalidad (Procolombia, 2023).

**La filosofía *Cruelty free*:** consiste en que no se realicen pruebas cosméticas en los animales con el fin de descartar intolerancias. Pues se podrían realizar por medio de nuevos métodos como simulaciones por ordenador, testeo en personas voluntarias, cultivo de células, etc (Fenalco, 2023).

Lo anterior, permitirá que el Salón de belleza cumpla con sus objetivos ambientales, sociales y económicos, ya que dichas prácticas se alinean con la demanda actual de los clientes potenciales, y a su vez con la necesidad latente que se evidencia en el medio ambiente de generar consciencia acerca del daño que el ser humano le ha generado, visionando así la marca hacia una operación de forma sostenible y al mismo tiempo rentable.

#### **2.3.4. Factor tecnológico**

Debido a las exigencias del mercado, la industria de la belleza ha tendido que buscar alternativas para mantenerse a la vanguardia de las nuevas tendencias e innovar sus productos o servicios, esto ha sido posible por la implementación de la tecnología para la producción y venta de cosméticos, por ejemplo, la inteligencia artificial para minimizar la complejidad de encontrar el tono correcto de base o corrector, siendo este uno de los mayores retos de las usuarias o usuarios al buscar una mayor cobertura y al mismo

tiempo un maquillaje con naturalidad. Por ello, se han creado máquinas para la fabricación instantánea del corrector o la base mezclando los colores, pues éstas analizan entre más de 10.000 tonos distintos con el fin de determinar con mayor exactitud el color de la piel del cliente (El Tiempo, 2022).

No obstante, la compra de dicha máquina representaría una inversión muy alta para el Salón de belleza, teniendo en cuenta que apenas iniciará su operación en el 2025. Sin embargo, no se descarta el adquirirla cuando Atelier se encuentre posicionada y busque expandirse. Igualmente, se tendrán en *stock* productos para todo tipo y tono de piel, y los clientes contarán con la asesoría de los profesionales para el uso y la compra de cosméticos o tratamientos.

En cuanto al tema de las innovaciones en la realización de las uñas, se han implementado al mercado nuevas lámparas con el fin de garantizar un resultado más rápido, eficiente y sano, pues las que se han usado en la cotidianidad cuentan con una tecnología ultravioleta que, si bien han brindado un secado en menos tiempo, cuentan con la desventaja de que liberan radiación UVA y uso a largo plazo podría aumentar el riesgo de desarrollar cáncer en la piel (El país, 2021).

En este sentido, Atelier implementará para los servicios de las uñas el uso de las nuevas lámparas con tecnología LED, que no sólo ofrecen un resultado más rápido, sino que son más respetuosas con el medio ambiente al no contener materiales como mercurio, plomo u otros tipos de componentes que pueden resultar altamente nocivos y contaminantes. Además, según dermatólogos su luz no es cancerígena (El país, 2021). Así mismo, se les proporcionará protector solar a las clientas para las manos antes de iniciar el proceso de esmaltado, y según la condición de la piel, si es necesario se les brindarán guantes especiales que las protejan para que puedan acceder a los servicios ofrecidos.

### **2.3.5. Factor legal**

Para llevar a cabo las actividades del salón de belleza Atelier, las cuales se agrupan en el concepto de estética/cosmética ornamental, se debe cumplir con los siguientes requerimientos de apertura y operación de negocio establecidos en la normativa nacional sanitaria (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2023):

**Documentación:** en el local o establecimiento deben estar disponibles los diplomas de estudio de cada trabajador, manuales de instalación, funcionamiento y registro de mantenimiento de equipos con su periodicidad, certificación de capacitación de bioseguridad, manual o protocolo de bioseguridad y el plan de gestión integral de residuos.

**Condiciones de trabajo:** según lo establecido en la Resolución 2117 de 2010 (Ministerio de la protección social, 2010) se debe cumplir con lo referido a:

- Infraestructura: techos y paredes continuas de tonos claros; los pisos, las divisiones, rampas o escaleras deben estar recubiertos o contruidos con pintura o materiales sanitarios al igual que sus muebles. Los tomas y cableado eléctrico deben estar en buen estado y ordenados.
- Adaptación del lugar: el establecimiento no debe estar en una casa ni hacer parte de ella, sus espacios deben estar distribuidos correctamente para la evacuación y tránsito seguro de los trabajadores, además debe haber un área de casilleros o lugar donde ellos se puedan cambiar o guardar sus pertenencias; cada uno de sus puestos de trabajo debe tener un punto eléctrico independiente. Con respecto a los espacios sanitarios, los baños deben estar separados, ventilados y debidamente dotados, así mismo los lava cabezas deben ser independientes de éstos y tener las conexiones adecuadas, el área de asepsia debe estar dotada de lavamanos y el área de aseo tendrá una poceta recubierta en material sanitario.
- Suministros y señalización: el negocio debe contar con agua potable y conexión a alcantarillado, los equipos y herramientas de trabajo deben tener un buen estado, debe existir la demarcación de las áreas de trabajo, de las prohibiciones (no fumar, no mascotas y no consumir alimentos) y del botiquín de primeros auxilios, que estará dotado de desinfectante, algodón, gasa, cinta adhesiva, etc.
- Se debe implementar el programa de control de vectores y plagas.

**Condiciones de bioseguridad:** con base en la Resolución 2827 de 2006 y el manual de bioseguridad elaborado para el establecimiento, se debe garantizar el cumplimiento de los siguientes ítems (Ministerio de la protección social, 2006):

- Proceso de higiene de manos de acuerdo a la norma.
- Procedimientos de desinfección, limpieza y esterilización de superficies, áreas, herramientas y equipos de trabajo.
- Uso de elementos de protección visual, respiratoria, de manos y auditiva.
- En caso de accidente, llevar a cabo las recomendaciones de primeros auxilios y el uso adecuado de productos cosméticos.
- Gestión de residuos de forma integral, por medio del almacenamiento, la separación, desactivación y disposición final con las personas autorizadas.

**Insumos:** finalmente, se debe revisar que todos los materiales y productos cosméticos almacenados y aplicados cuenten con la notificación obligatoria sanitaria emitida por el Instituto Nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos (Invima), y que para su uso se sigan las instrucciones de precaución.

## 2.4. Descripción del servicio

El salón de belleza Atelier tendrá como objetivo la prestación de servicios permitidos para las peluquerías y negocios similares, los cuales fueron consultados previamente con la especialista Maritza González con el fin de brindar un servicio completamente profesional. Por ello, para la categoría del cabello se ofrecen:

**Tabla 1. Servicios presentados por Atelier en la sección de cabello**

| Servicios                     | Descripción   |
|-------------------------------|---|
| <b>Corte de cabello</b>       | *Brindar asesoría personalizada al cliente o clienta para realizarse un corte que sea acorde a su tipo de rostro y de cabello.<br>*Realización de todo tipo de corte o motilado para hombres y mujeres.   |
| <b>Tinte o mechones</b>       | *Brindar asesoría personalizada para elegir el color o estilo que mejor se adapte al tono de piel y personalidad del cliente o clienta.<br>*Realización de tintes permanentes, o semipermanentes.<br>*Balayage, mechas, iluminaciones o reflejos.   |
| <b>Tratamientos capilares</b> | *Brindar asesoría de acuerdo a las necesidades del cabello del cliente y sus deseos.<br>*Cirugía capilar: especializado en reparación, es ideal para cabellos procesados y maltratados por el uso de los químicos.<br>*Colágeno capilar: repara los daños causados por agresiones térmicas generadas por la exposición solar, el uso del secador y la plancha, abuso de los tintes, etc, y lo protege contra la rotura. Es un tratamiento indicado para que el pelo vuelva a lucir saludable y regenerado.<br>*SOS Capilar: es ideal para las personas que sufren caída del cabello o tienen falta de crecimiento, aporta hidratación y es anti frizz.<br>*Kplex capilar: protege y reconstruye la arquitectura del cabello, recuperando fuerza, elasticidad y resistencia, aporta suavidad y brillo.   |
| <b>Alisados capilares</b>     | *Alisado Power Liss Progressive: Es ideal para cabellos decolorados, con balayage, rayos, mechas, tinturados, ya que actúa directamente sobre la estructura de los cabellos quebradizos y dañados, repone las vitaminas necesarias sellando la cutícula. Promete una duración de 6 meses aproximadamente dependiendo del post cuidado y el crecimiento. <b>ESTE PRODUCTO NO DESVANECE COLOR.</b><br>*Alisado con Nanotecnología: Es ideal para cabellos afros y muy crespos, pues posee la más avanzada tecnología en alisados profesionales, ya que a partir de la escala nano penetra la capa más profunda del cabello con la proteína sericina que tiene la capacidad de sellar la cutícula capilar, enderezando los puentes capilares y reemplazando la masa proteica. Promete una duración de 5 a 6 meses dependiendo del post cuidado y el crecimiento. <b>ESTE PRODUCTO DESVANECE COLOR.</b> |

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Alisados capilares</b> | <p>*Alisado Orgánico: Es ideal para cabellos vírgenes, sanos, tinturados, ondulados, mujeres embarazadas, lactantes y niñas mayores de 10 años, pues está compuesto de aminoácidos frutales, pantenol, vitamina E, aceite de argán, colágeno hidrolizado y es libre de formol, lo que lo convierte en un multivitamínico. Promete una duración de 4 a 5 meses dependiendo el postcuidado y crecimiento. <b>ESTE PRODUCTO DESVANECE COLOR.</b></p> <p>*Alisado Vegano Premium: Es ideal para cualquier tipología de cabello hasta los más estrictos (vírgenes, ondulados, afros y porosos) y es apto para mujeres lactantes, en embarazo y niñas a partir de 9 años, debido a que es un producto libre de formol y de químicos tóxicos. Su activo alisador encapsulado con 14 proteínas permite penetrar las partes más internas del cabello restaurando y oxigenando la hebra capilar, aportando protector UV y antioxidantes. Tiene una duración de 4 a 6 meses, pues es resistente al agua de mar, piscina y sudor en exceso. <b>ESTE PRODUCTO DESVANECE COLOR DE 1 A 2 TONOS.</b></p> |
| <b>Trenzas y peinados</b> | <p>*Realización de todo tipo de trenzas, trenzas con kanekalon.</p> <p>*Peinados infantiles.</p> <p>*Peinados para eventos.</p> <p>*Cepillado y planchado.</p> <p>*Crespos, ondas y ondas de sirena.</p>   |

Además, debido a que se busca crear una apariencia ideal para los clientes, se ofrecen los siguientes servicios para las uñas:

**Tabla 2. Servicios presentados por Atelier en la sección de uñas**

| <b>Servicios</b>                       | <b>Descripción</b>   |
|--|--|
| <b>Manicure o pedicure tradicional</b> | Comprende la limpieza, el retiro de las cutículas, cortar o limar las uñas según las preferencias del cliente, para pasar a maquillarlas. El esmaltado básico tiene una duración de 5 a 7 días aproximadamente, dependiendo el post cuidado y el crecimiento de la uña.  |
| <b>Semipermanente en manos</b>         | Comprende la limpieza, el retiro de las cutículas, cortar o limar las uñas según las preferencias del cliente. El esmaltado semipermanente es ideal para las personas que buscan una mayor duración, y que no tienen el tiempo y recursos para realizar el mantenimiento de éste. A diferencia del maquillaje tradicional, el semipermanente se aplica de forma similar, pero requiere el uso de la lámpara LED O UVA para su secado, lo que permite mantener su apariencia durante un periodo de tiempo más prolongado, de 2 a 3 semanas dependiendo el crecimiento de la uña natural. Sin embargo, se recomienda no dejar pasar los 20 días para realizarlas de nuevo. |
| <b>Semipermanente en pies</b>          |  |
| <b>Baño de acrílico</b>                | Comprende la limpieza, el retiro de las cutículas, cortar o limar las uñas según las preferencias del cliente, posteriormente se realiza un recubrimiento de la uña natural con polímero (acrílico) lo que permite hacerlas más gruesas brindando firmeza y protección, para luego maquillar las uñas con esmalte semipermanente. Tiene una duración de 2 a 3 semanas dependiendo el crecimiento de la uña natural. Sin embargo, se recomienda no dejar pasar los 20 días para realizarlas de nuevo.   |

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <p><b>Uñas Press On</b></p>        | <p>Se realiza la limpieza, el retiro de las cutículas, cortar o limar las uñas según las preferencias del cliente. El sistema <i>Press on</i> comprende un tipo de uñas postizas hechas por lo general de resina acrílica, que son adhesivas y luego de aplicar los preparadores se pegan a la uña natural ejerciendo presión, esta técnica se puede realizar con poly gel, base rubber o con gel de construcción. Posteriormente se realiza el maquillaje semipermanente. Dependiendo del tipo de pegante que se use, y el crecimiento de la uña natural pueden durar hasta 2 semanas aproximadamente.</p>   |
| <p><b>Retoque Press On</b></p>     | <p>Comprende el retiro del maquillaje de semipermanente anterior, el corte de uñas si lo desea el cliente para realiza la limpieza, el corte de las cutículas y la aplicación de los preparadores, se realiza con poly gel, base rubber o con gel de construcción. Luego, se lima la uña para emparejarla y darle la forma deseada, finalmente se realiza el maquillaje semipermanente. <b>Luego de realizar 3 retoques, se debe retirar el producto y aplicar de nuevo</b></p>   |
| <p><b>Forado con Poly gel</b></p>  | <p>Se realiza la limpieza, el retiro de las cutículas, cortar o limar las uñas según las preferencias del cliente. El poly gel es una fórmula de construcción de uña que se compone de una solución híbrida de acrílico y gel que brinda una mayor resistencia. Para realizarlo normalmente se aplica poca cantidad en la uña, se usa un palo de naranja y una brocha para esparcirlo y rellenar completamente, luego, se lima la uña para darle perfeccionamiento en los laterales y la forma deseada para finalmente realizar el semipermanente.</p>  |
| <p><b>Retoque de Poly gel</b></p>  | <p>Comprende el retiro del maquillaje de semipermanente anterior, el corte de uñas si lo desea el cliente para realizar la limpieza, el corte de las cutículas y la aplicación de los preparadores. Se toma la perla de poly gel para aplicarla en la zona de las cutículas o crecimiento, para esparcirla al resto de la uña con un pincel luego, se lima para emparejarlas y darle la forma deseada, finalmente se realiza el maquillaje semipermanente. <b>Luego de realizar 3 retoques, se debe retirar el producto y aplicar de nuevo</b></p>  |
| <p><b>Forado en acrílico</b></p>   | <p>Esta técnica se lleva a cabo cuando la uña natural es delgada, frágil, porosa y presenta fracturas en los laterales por lo que se convierte en una protección para evitar que la uña se quiebre. Para ello, se realiza la limpieza, el retiro de las cutículas, cortar o limar las uñas según las preferencias del cliente y la aplicación de los preparadores para proceder a aplicar y distribuir el acrílico sobre toda la uña, luego se lima para emparejarlas y darle la forma deseada, finalmente se realiza el maquillaje semipermanente. <b>Luego de realizar 3 retoques, se debe retirar el producto y aplicar de nuevo</b></p>                               |
| <p><b>Acrílicas esculpidas</b></p> | <p>Esta técnica al igual que el forrado en acrílico genera una protección para evitar que la uña natural se quiebre y su característica principal es que permite lucir unas uñas más largas (para realizarse se debe hacer una previa limpieza y aplicación de los preparadores), usando como guía un molde de medidas que encaja y se pega debajo de la uña natural, sobre éste se podrá hacer la forma de la uña con la medida deseada aplicando el acrílico. Posteriormente se lima para perfeccionar la forma de la uña y se procede a realizar el maquillaje semipermanente. <b>Luego de realizar 3 retoques, se debe retirar el producto y aplicar de nuevo</b></p> |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Retoque de acrílico</b>   | Comprende el retiro del maquillaje de semipermanente anterior, el corte o lima de uñas si así lo desea el cliente para realizar la limpieza, el corte de las cutículas y la aplicación de los preparadores. Luego, se toma la perla de acrílico para aplicarla en la zona de las cutículas o crecimiento para esparcirla al resto de la uña con un pincel, además, se lima para emparejarlas y darle la forma deseada, finalmente se realiza el maquillaje semipermanente |
| <b>Servicios adicionales</b> | *Retiro semipermanente<br>*Retiro de acrílico<br>*Reposición de uñas partidas   |

Igualmente, para el cuidado y estética del rostro se ofrece:

**Tabla 3. Servicios presentados por Atelier en la sección del rostro**

| <b>Servicios</b>           | <b>Descripción</b>  |
|----------------------------|---|
| <b>Limpieza facial</b>     | <p>Es un procedimiento que permite eliminar las impurezas que se encuentran en la piel generadas por el mismo cuerpo y el ambiente, éstas son las que causan acné, arrugas prematuras, imperfecciones y pérdida de brillo en la piel. Este procedimiento implica su realización una vez al mes para tener y mantener los siguientes resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Hidratar y nutrir la piel.</li> <li>*Mejorar la uniformidad y la textura de la piel.</li> <li>*Evitar la aparición de imperfecciones (espinillas, puntos negros).</li> <li>*Prevenir enfermedades cutáneas causadas por bacterias e impurezas.</li> </ul>   |
| <b>Depilación de cejas</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Brindar asesoría personalizada al cliente o clienta para realizarse una depilación que le favorezca, respetando la forma natural de sus cejas y basándose en el tipo de rostro.</li> <li>*Depilación con cuchilla: Tiene una duración de 5 a 8 días aproximadamente, se lleva a cabo en 30 minutos aproximadamente, pues la cuchilla permite cortar una mayor cantidad de pelos. Para realizarla se crea un diseño de la forma de las cejas deseada con un lápiz blanco, y teniendo en cuenta los puntos hablados en la asesoría se precede a depilar con una cuchilla tipo minora.</li> <li>*Depilación con pinzas: Se realiza un diseño de la forma de las cejas deseada con un lápiz blanco, y teniendo en cuenta los puntos hablados en la asesoría se precede a depilar con una pinza. Es ideal para las personas que quieren una mayor duración (hasta de 15 días), pero su realización se demora más que la opción anterior debido que las pinzas cortan una menor cantidad de vellos, y depende si el cliente tiene las cejas gruesas o muy pobladas. Sin embargo, ayuda a dar una mejor forma ya que las pinzas permiten trabajar con una mayor precisión y alcanzar los vellos más rebeldes.</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Depilación de cejas</b></p>             | <p>*Depilación con hilo (<i>Threading</i>): Se realiza un diseño de la forma de las cejas deseada con un lápiz blanco, y teniendo en cuenta los puntos hablados en la asesoría se precede a depilar con el hilo, es una técnica ideal para personas que buscan un efecto más duradero (de 20 a 30 días) y tienen mucho vello, pues si bien la pinza funciona, el hilo se realiza en menos tiempo debido que remueve una mayor cantidad de vellos desde la raíz.</p>   |
| <p><b>Laminado de cejas</b></p>               | <p>Es ideal para mujeres con cejas rebeldes, es decir, con vello grueso, largo o que cuesta peinar y mantener controladas, lo que impide a la hora de realizarse maquillaje tener un resultado armonioso o estético. Sin embargo, se puede realizar en cualquier tipo de cejas para solucionar forma indefinida, vellos desiguales, crecimiento descontrolado, etc. Comprende la limpieza de la ceja para tener una mejor retención, se aplica el producto que permite que el vello sea más manejable para poder moldearlo y peinarlo, se tapan las cejas con papel osmótico. Luego, se aplica el neutralizante y se retira con un algodón húmedo. Finalmente, se puede complementar la cesión con el tinturado de cejas.</p>   |
| <p><b>Cejas con henna</b></p>                 | <p>Consiste en realizar un diseño de cejas, teniendo en cuenta el tipo de rostro con el fin de elegir la forma más idónea para armonizar la cara de la persona, luego se procede a tinturar las cejas con un pigmento orgánico (henna). La henna sirve para rellenar cavidades de la ceja y conseguir un efecto sombreado que tiene una duración de 2 a 3 semanas, el cuál se irá cayendo con el agua y el uso de desmaquillante.</p>   |
| <p><b>Lifting de pestañas</b></p>             | <p>Es un procedimiento que se realiza para elevar la curvatura de las pestañas, con el fin de resaltar la mirada del cliente por medio de un efecto más alargado de las mismas, sin utilizar pestañas postizas. Comprende la limpieza de las pestañas para tener una mejor retención, se aplica el adhesivo sobre el rulo de silicona para pestañas, y se ubica en el párpado móvil del ojo para peinar con un cepillo detalladamente las pestañas de forma vertical, se procede a aplicar el pegante sin tocar la raíz de los vellos y también se puede poner una cinta para lograr el arqueado. Luego, se retira el pegante y se aplica el neutralizador para asegurar la curvatura. Finalmente, al retirarlo se usa un tinte para que las pestañas se vean más oscuras.</p>  |
| <p><b>Aplicación de Pestañas postizas</b></p> | <p>*Pestañas completas: Ayudan a crear un efecto de pestañas con volumen y más tupidas. Su aplicación normalmente se realiza para uso de un día, para un evento o maquillaje especial ya que se pueden despegar fácilmente, sin embargo, de acuerdo a su cuidado pueden durar hasta tres días. Para su aplicación, antes de pegarlas se deben medir las pestañas cerca del ojo, teniendo en cuentas que el lado de las pestañas más cortas se ubica para el lado del lagrimar, para saber si se deben cortar (por el final de la pestaña), luego se le aplica el pegamento por toda la tira, y con una pinza se pegan por encima de las pestañas naturales, ajustando la parte central y finalmente los extremos.</p> <p>*Pestañas punto a punto: Son fibras sintéticas o postizas que vienen en pequeños grupos de 3 a 5 fibras que se adhieren por un punto de adhesivo, según su aplicación y post cuidado pueden durar de 1 a 2 semanas. Para su aplicación se deben tomar con una pinza por punto, aplicarle pegamento, y ponerlo por debajo de las pestañas naturales, respetando 1 milímetro de distancia de la piel para no causar incomodidad o una infección al cliente. Finalmente, se sellan con una pinza para asegurar una curvatura más natural en las mismas.</p> |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <p><b>Extensión de pestañas</b></p> | <p>La extensión de pestañas es ideal para las personas que no les gusta usar mucho maquillaje o que no tienen el tiempo para hacerlo por lo que buscan duración de las mismas, y que a la vez quieren lograr resaltar la expresión de sus ojos. Las extensiones son pelos en fibra de seda que se adhieren sobre cada pestaña natural con el fin de aportar, longitud, volumen y curvatura con una duración semipermanente, pues realizando un retoque hasta cada 20 días, dependiendo de su post cuidado, se podrán tener hasta máximo 6 meses, pues es necesario realizar una limpieza de las pestañas naturales. Estos retoques son necesarios debido a que las extensiones se van desplazando hacia la punta de las pestañas por a su crecimiento, o porque algunas se caen junto con la pestaña natural.</p> <p>*Efecto natural: Promete un resultado natural pues no cambia la forma del ojo, se aplica una extensión por cada pestaña natural manteniendo la proporción de las pestañas del cliente, pero con una longitud más larga.</p> <p>*Efecto rímel: Promete un resultado de pestañas maquilladas pegando de 2 a 3 extensiones en cada pestaña natural, generando más volumen e intensidad del color.</p> <p>*Efecto ruso: Promete un resultado de pestañas con la mayor densidad y volumen, usando de 7 a 10 extensiones por pestaña natural, está técnica a diferencia de las otras usa un calibre de extensión más fino que las hace más livianas con el fin de cuidar las pestañas naturales.</p> |
| <p><b>Maquillaje</b></p>            | <p>*Maquillaje de día: Promete un acabado natural, ya que su elaboración se lleva a cabo con colores neutros y productos de cobertura ligera que permitan disimular las imperfecciones generando un aspecto y tono uniforme además de una piel sana. Se puede convertir en un maquillaje para todos los días.</p> <p>*Maquillaje social o de noche: Promete un acabado producido pues es un maquillaje más arriesgado, que tiene como objetivo destacar la belleza y facciones del rostro, se lleva acabo usando colores con efecto ahumado y productos de cobertura media o alta para que su duración sea mayor y que no se pierda el maquillaje con el flash en fotos, ya que usualmente este tipo de maquillajes se realiza para asistir o protagonizar eventos y fiestas.</p> <p>*Maquillaje de novia: Su principal objetivo es realzar los rasgos más característicos del rostro, el estilo del maquillaje dependerá de los gustos de la novia, sin embargo, se deben usar productos de alta calidad ya que el maquillaje debe tener una larga duración, y soportar todas las emociones que pueda tener, estos productos deben ser resistentes al sudor y al agua, además de tener un acabado en la piel que permita mostrar una buena imagen en cámara. Finalmente, se les obsequiará un mini kit para que puedan retocar su maquillaje en el evento de ser necesario.</p>  |

Finalmente, se pretende llevar a cabo la distribución de productos relacionados con el sector de la belleza, como tratamientos para el cuidado del cabello, el rostro, cosméticos, entre otros.

## **2.5. Análisis de los competidores**

### **2.5.1. El poder de negociación con los clientes**

El corregimiento de San Cristóbal está ubicado en la zona noroccidental de Medellín, este se ha denominado como el centro o cabecera urbana de las 17 veredas que componen la comuna 60 (Alcaldía de Medellín, 2020). Es por ello, que la mayoría de personas lo visitan para abastecerse de productos o servicios que no encuentran cerca del lugar donde viven, lo que ha hecho que las mujeres de la comuna tengan que desplazarse hacia otras zonas de la ciudad u optar por acomodarse a los servicios ofrecidos en el corregimiento, lo que representa mayor facilidad en temas de transporte y tiempo.

Según lo anterior, al realizar un recorrido por el Corregimiento, se encontró que las peluquerías del sector realizan sus procedimientos de forma tradicional, es decir, llevan a cabo las mismas técnicas y usan líneas de productos o marcas iguales o similares. Además, las personas no encuentran fácilmente un portafolio de servicios completo para cabello, uñas y rostro en el mismo lugar, pues la mayoría sólo se especializan en un segmento de la industria de la belleza, lo que causa que las opciones para las clientas sean limitadas y no genera un factor diferenciador más que la disponibilidad de tiempo del lugar en el momento en que solicitan el servicio.

Por ende, Atelier tiene la ventaja de incursionar en el mercado ofreciendo un portafolio de servicios completo, donde las clientas encontrarán en el mismo lugar procedimientos de belleza integrales. Adicionalmente, posee un factor diferenciador por la innovación en técnicas y artículos que no solo cumplirán con su funcionalidad, sino que permitirán el cuidado de la salud del cabello, las uñas y el rostro, debido a los componentes naturales de los productos que serán usados para llevar a cabo los servicios del salón de belleza.

En este sentido, al ser uno de los pioneros en tratamientos o procedimientos con productos naturales en San Cristóbal, si bien las clientas si tienen la posibilidad de adquirir algunos servicios en otros locales, sus opciones son limitadas. Además, según la Alcaldía de Medellín (2020) existe una cantidad aproximada de 105 mil personas, es decir, 105 mil clientes potenciales, lo que mantiene el poder de negociación de los clientes en un nivel bajo para este sector.

### **2.5.2. El poder de negociación con los proveedores**

Según lo expuesto anteriormente, en dicho recorrido también se encontró que en el Corregimiento los proveedores son tiendas de peluquero que venden los productos y marcas que usualmente las peluquerías del sector usan, y sus precios son un poco elevados con respecto a los de otros proveedores ubicados en la parte central de Medellín, debido a que cobran un porcentaje del transporte y a que son pocos los oferentes de estos productos de belleza, por lo que tienen un mayor poder sobre el precio y los compradores se deben acomodar a ellos.

Por ello, el Salón de belleza buscará proveedores que sean directamente fabricantes o en su defecto distribuidores, no sólo para minimizar costos, sino con el fin de formar una alianza ya que el objetivo de Atelier además de prestar servicios, es comercializar esta rama de productos naturales, por lo que se estaría promocionando y recomendando dichas marcas en el local y, además, por medio de las redes sociales de Atelier.

Con respecto a lo anterior, el poder de negociación de los proveedores es alto, debido a que son pocas las empresas o laboratorios de cosméticos naturales que se han posicionado en Medellín. Sin embargo, sí se encuentran distribuidores en la zona central de la ciudad con quienes se busca generar una relación a largo plazo, además de crear una cartera de varios proveedores con el fin de minimizar el riesgo de depender sólo de un negocio abastecedor.

### **2.5.3. La amenaza de los productos sustitutos**

Los servicios y productos de Atelier son innovadores para este sector de la ciudad, pues por ejemplo de las 8 peluquerías que operan en San Cristóbal sólo dos negocios ofrecen el servicio de alisado de cabello, y lo realizan con productos que contienen químicos (parabenos, formol, formaldehído, entre otros), que según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estados Unidos pueden afectar la salud y hasta llegar a generar cáncer (El Mundo, 2022).

Por lo que, si los clientes potenciales sólo buscan obtener resultados inmediatos en todos los tipos de servicios o productos, encontrarán sustitutos que les generarán satisfacción momentánea y a corto plazo, representando una amenaza para el salón de belleza. Sin embargo, en un mayor periodo de tiempo, estos procedimientos afectaran su salud y la apariencia de su cabello, uñas y rostro, generando que busquen opciones, atención y asesoría para mejorar su estado. En este punto, para ellos y para los clientes que buscan desde el inicio mejorar su apariencia física respetando su salud, Atelier se convertirá en la mejor opción, no sólo por realizar los procedimientos de forma natural, sino por tener disponibles los productos para llevar a cabo tratamientos en casa, ahorrándoles tiempo y dinero ya que no tendrán que desplazarse a otros lugares más lejanos, arriesgándose a no encontrar los artículos necesarios.

### **2.5.4. La amenaza de los nuevos competidores**

El incursionar como un negocio de belleza o peluquería informal en San Cristóbal tiene una dificultad media, ya que las personas pueden montar el local en sus casas para no gastar dinero en arriendo, y comprar los utensilios básicos para su operación. Sin embargo, el posicionarse en la industria de la belleza en el corregimiento tiene una complejidad alta, debido a que, por ser un lugar pequeño, comparado con Medellín, las personas prefieren visitar los lugares que ya conocen, cómo funcionan y cuáles son sus resultados, ya que a menudo los servicios que se ofrecen no tienen factores diferenciadores.

Igualmente, se evidencia una complejidad elevada para el acceso a la financiación que permitiría un mayor desarrollo del negocio. No obstante, el tener una planeación de cómo crear el negocio de forma que se pueda acceder a créditos o financiación, y que se puedan obtener beneficios tributarios que tienen el sector, es decir, crear la peluquería o salón de belleza desde la formalidad, como lo va a llevar a cabo Atelier, representa una dificultad media, ya que se crean más beneficios que dificultades, debido al valor agregado que tiene la marca que a su vez se convierte en su mayor fortaleza con respecto a sus posibles competidores.

### **2.5.5. La rivalidad entre los competidores existentes**

La ciudad de Medellín tiene una concentración de aproximadamente el 8,8% del total de las peluquerías del país (El colombiano, 2023). Se identifica que el corregimiento de San Cristóbal de la comuna 60 de la ciudad, donde estará ubicado el Salón de belleza cuenta con 8 peluquerías aproximadamente, además de otros emprendimientos que se dedican sólo a una actividad en específico del sector de la belleza. La competencia se genera debido a la dinámica que se tiene al encontrar estos locales, ya que la comuna cuenta con dos grupos en Facebook donde se publican y promocionan los servicios, o donde los usuarios piden recomendaciones o solicitan servicios y los negocios dan respuesta, o las personas del sector mencionan los lugares donde han estado.

Principalmente se encuentran 4 peluquerías o negocios que se posicionan como la mayor competencia de Atelier en cuanto a servicios de belleza y sustitutos:

**Centro estético Valmy:** la mayor amenaza de este negocio, es su posicionamiento en el sector, ya que tiene más de 10 años de experiencia y, se especializa principalmente en la elaboración de peinados de fiesta o para eventos y la realización de maquillaje.

**Andrea Style:** el principal riesgo que representa este salón de belleza es que se especializa en todos los tipos de corte de cabello y también realiza cepillados. Sin embargo, se tiene la ventaja de que el negocio no tiene mucho tiempo de operación.

**Minni peinados Kata:** la mayor amenaza que representa es que es un emprendimiento posicionado, dedicado a la realización de peinados infantiles y brinda talleres para aprender el procedimiento de los mismos.

**Lili star uñas:** el principal riesgo se presenta debido a que las personas del sector recomiendan su trabajo, pues se especializa en la realización de uñas acrílicas y maquillaje semipermanente.

No obstante, al analizar el mercado se evidencia que los competidores realizan dichas actividades económicas fundamentalmente con el fin de ejercer su profesión y algunos lo realizan en su propia casa, por lo que no brindan oportunidades laborales a otras personas, es decir, no planean expandirse, sino que buscan una estabilidad económica.

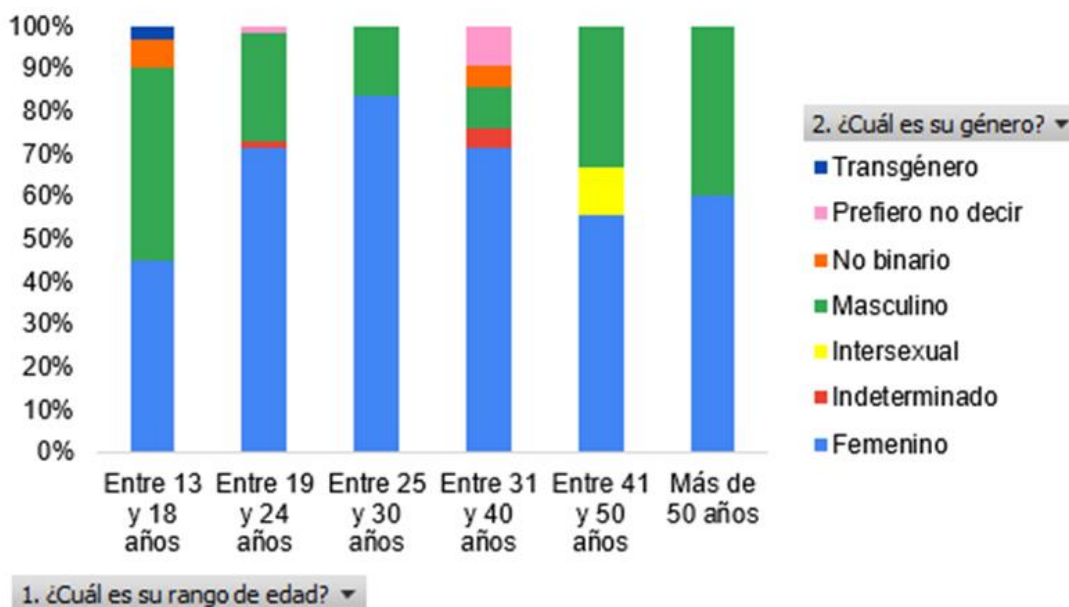
Por ello, los precios entre unos y otros no varían en gran proporción ya que si bien son pocas las opciones que tienen las personas del sector, si pueden encontrar productos o servicios sustitutos. Por ende, se entiende que no van a arriesgarse a perder clientes, por ofrecer servicios a precios elevados o que son pocos asequibles.

## 2.6. Estudio de mercado

Con el objetivo de llevar a cabo la investigación de mercado, se realizó una encuesta de 10 preguntas por medio del Software Google Forms, dirigida a 200 personas del sector de San Cristóbal y sus alrededores, con relación a la percepción que se tiene en servicios del sector de la belleza. A partir de los resultados obtenidos se puede realizar un análisis sobre los criterios que rigen a las personas para ir salones de belleza, peluquerías y negocios similares, como se muestra a continuación:

En primer lugar, se indagó por el rango de edad de las personas, a fin de identificar en qué etapa de la vida las personas deciden hacer más uso de servicios del sector de un salón de belleza, peluquería o negocios similares con relación a su género, con el propósito de perfilar el tipo de público o clientes potenciales se tienen en este mercado:

**Figura 3. Rango de edad clasificado por el género de las personas**

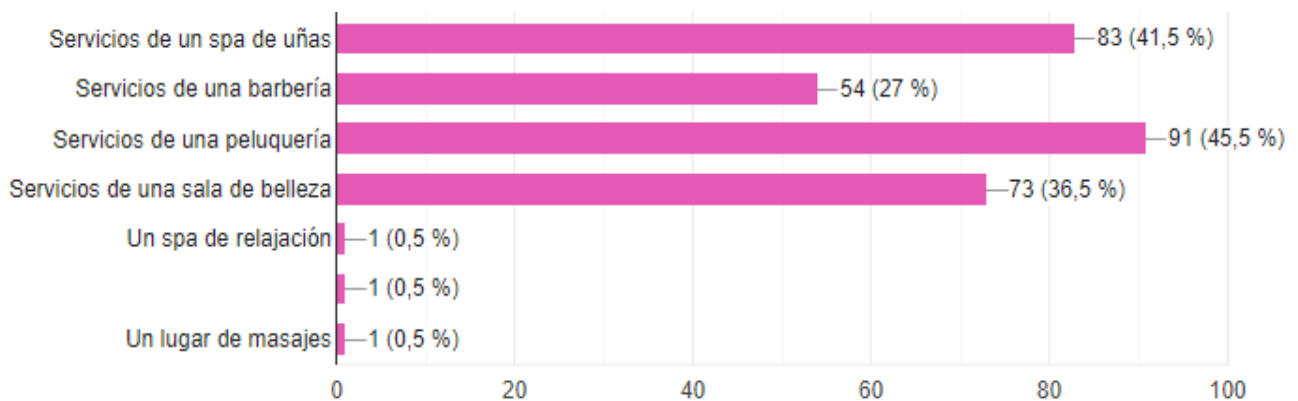


Según la figura anterior, el género femenino es el que predomina sobre todas personas encuestadas representando el 69% de la muestra, lo que es coherente con las cifras mencionadas anteriormente en el análisis del entorno. Si bien se ha evidenciado la brecha de las mujeres con el género masculino, también la presencia de los hombres ha hecho que el sector crezca, en este caso representan el 26% del total de los encuestados. Así mismo, los segmentos con más presencia en uso de éstos servicios se

vieron reflejados en la etapa de la juventud y la adultez, por lo que se puede decir que se preocupan más por su presentación personal, belleza, autoestima y nuevas tendencias de la industria; éstos ocuparon el 59,5% de las personas en el estudio de mercado y se distribuyen entre rangos, en el 30% se encuentran aquellos que tienen entre 25 y 30 años, seguidos por el rango de edad de 19 a 24 años que son el 29,5%, y los adolescentes representan el 15,5% que tienen entre 13 y 18 años.

Posteriormente, se hizo la pregunta ¿Qué tipo de servicios le gustaría que se ofreciera en el sector donde vive?, a fin de identificar cuáles son las necesidades o deseos latentes de los clientes potenciales del corregimiento de San Cristóbal y sus alrededores, para buscar ofrecer un servicio que en realidad satisfaga la demanda en el sector de interés.

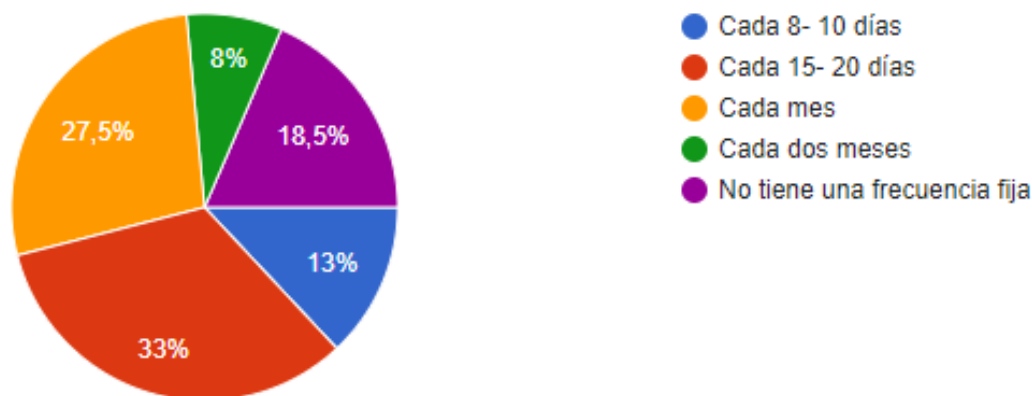
**Figura 4. Servicios que demandan las personas en el sector donde viven**



Se puede observar que existe una necesidad latente de las personas frente a los servicios de una peluquería cerca de su vivienda representada en un 45,5% del total de los encuestados, seguido de un 41,5% en los servicios de un spa de uñas, y en un 36,5% se demandan los servicios de una sala de belleza, es decir, requieren un paquete de productos y servicios más completos, que no sólo se enfoquen en el cabello y las uñas, sino en el cuidado integral de la imagen de los clientes. Además, se debe tener en cuenta que principalmente los hombres demandan los servicios de una barbería, con un porcentaje del 27% sobre el 100% de los encuestados.

También, se preguntó ¿con qué frecuencia visita el salón de belleza, peluquería o negocios similares?, esto para identificar cómo se podría programar la atención al cliente de Atelier, y además crear una estrategia de fidelización a partir del uso de los servicios, ya que muchas peluquerías se basan en el orden de llegada de las personas, y lo que se quiere lograr es que los clientes fijos cuenten con su espacio de atención en el tiempo que lo requieran, y que además nuevos clientes puedan ser atendidos.

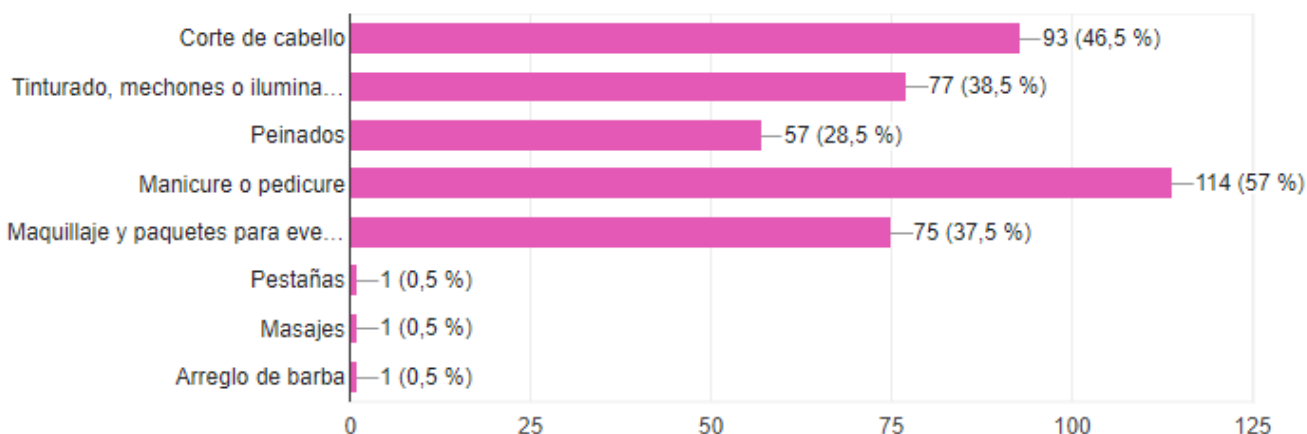
**Figura 5. Frecuencia de uso de los servicios en el sector de belleza**



Se puede evidenciar que, más de la mitad de las personas (60,5%) visitan estos lugares entre 15 y 30 días predominando en un 33% la frecuencia de 15 a 20 días, y en un 27,5% cada mes. También se debe tener en cuenta que el 13% de las personas van cada 8 a 10 días, si bien no representan el mayor porcentaje, son quienes visitarían el salón de belleza en una frecuencia más corta, por lo que se crear una estrategia para que se conviertan en clientes fijos. No obstante, se debe tener en cuenta que el 18,5% de las personas no tiene una frecuencia fija, y el 8% va cada dos meses, por lo que también se debe pensar una forma para no dejar de lado sus necesidades o deseos como clientes.

En este sentido, para entender las preferencias de las personas en cuanto al uso de servicios de belleza, se preguntó ¿Cuáles son los tipos de servicios que utiliza al visitar estos negocios?

**Figura 6. Tipos de servicios que usan las personas**

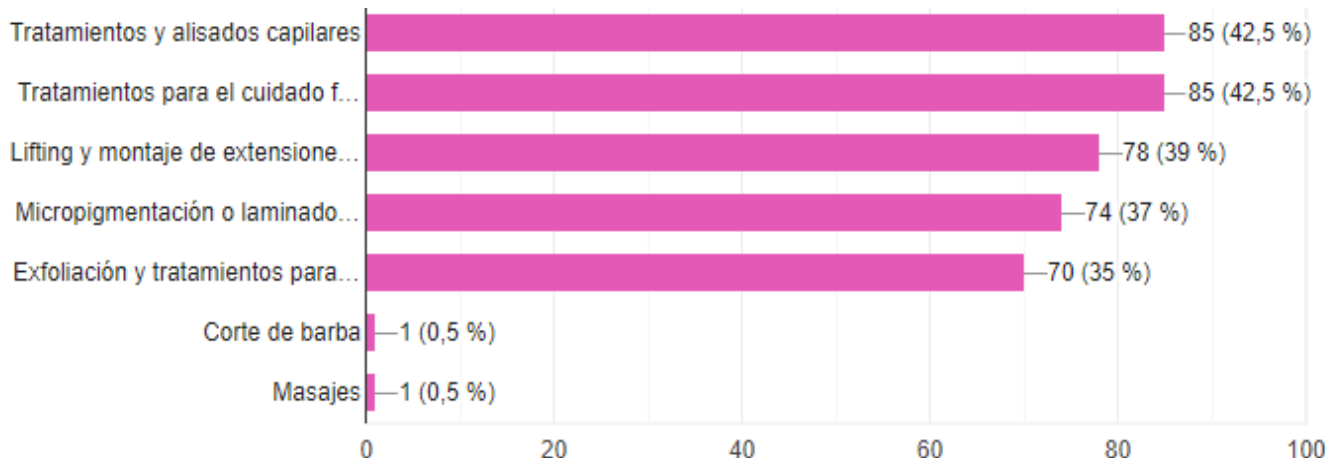


Se puede evidenciar una demanda latente de la realización de manicure o pedicure, pues más de la mitad (57%) de los encuestados eligió esta opción, seguido por un 46,5% de personas que solicitan realizarse un corte de cabello, o procesos en el cabello como la tinte, la realización de mechas o iluminaciones (38,5%). También, la aplicación de maquillaje y paquetes para eventos en un 37,5% y la realización de peinados en un

28,5%. Por lo que se puede buscar crear paquetes de servicios con el fin de aumentar el flujo de clientes supliendo varias necesidades o deseos en un mismo servicio.

Así mismo, se indagó por otros servicios que la gente desearía encontrar al momento de visitar una peluquería o salón de belleza, y que no obtienen en un mismo lugar,

**Figura 7. Otros servicios demandados**



Para el 42,5% de las personas es fundamental encontrar tratamientos y alisados capilares, además de tratamientos para el cuidado facial, seguido del 39% de las personas quisiera el servicio de montaje de extensiones de pestañas que aporta grosor y longitud a las pestañas naturales. A su vez, como una opción más natural y menos agresiva para los ojos, solicitan el lifting de pestañas. En cuanto a sus cejas, el 37% de las personas buscan el servicio de micropigmentación o laminado. Finalmente, el 35% de los encuestados buscan la exfoliación o tratamientos para el cuidado de la piel.

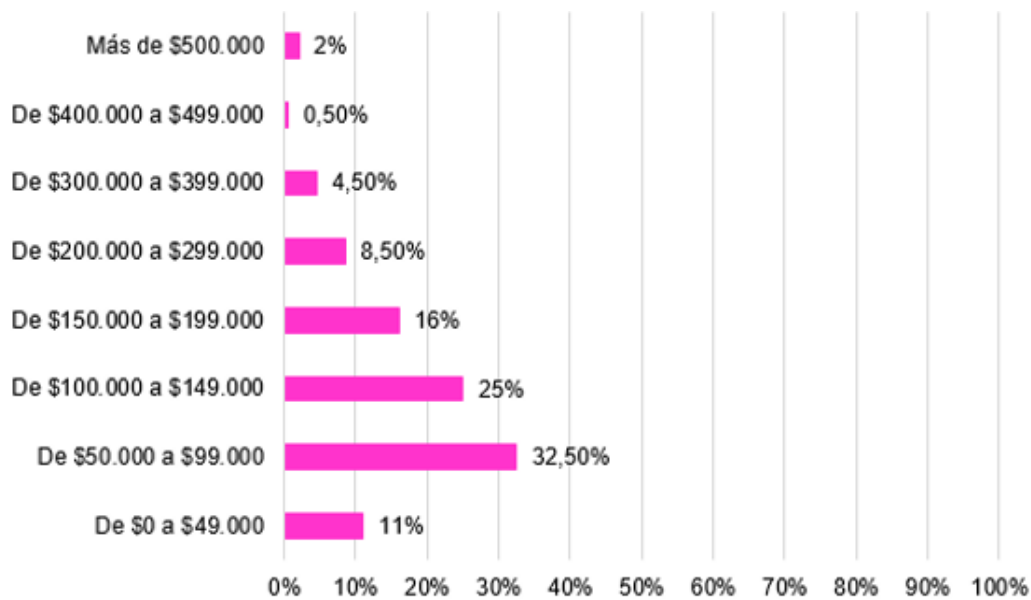
Igualmente, Atelier busca impactar no sólo en cuanto a la apariencia física, sino en la creación de amor propio de sus clientes, por lo cual, se indagó acerca de la principal motivación que tienen las personas al obtener servicios de belleza, y se encontró que:

**Figura 8. Principal motivación para ir a un salón de belleza**



El 47,5% de las personas obtiene estos servicios para mejorar su autoestima, ya que por medio del cambio de su apariencia pueden reflejar o potenciar su belleza y su vez mejorando su estado de ánimo. Igualmente, el 40% de las personas, respondieron que van a estos negocios, por aseo y cuidado de la presentación personal, que son factores clave para aumentar el amor propio. Y el 12% tiene como principal motivación, el mantener la rutina de belleza. Posteriormente, se preguntó ¿Cuánto es su presupuesto mensual al visitar este tipo de negocios?, a fin de identificar el consumo mensual de las personas dedicado a la mejora de su autoestima, belleza y manejo del cuidado personal, sus respuestas se clasificaron en rangos de precios, cómo lo representa la siguiente figura:

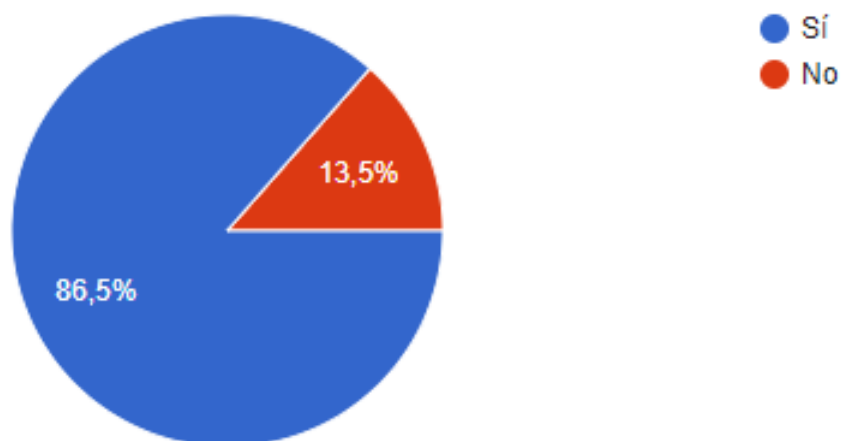
**Figura 9. Gasto promedio de las personas en la autoestima, belleza y cuidado**



Según la figura anterior, principalmente se identifica que el gasto promedio mensual de la mayoría de las personas está entre \$50.000 y \$99.000 pesos representando el 32,50%, seguido del 25% en el rango de dinero de \$100.000 a \$149.000, por lo que se podrían adecuar paquetes de servicios o promociones, que incentiven a estas personas a pagar más o fidelizarse con Atelier, y el 16% de las personas están dispuestas a pagar de \$150.000 a \$199.000 pesos.

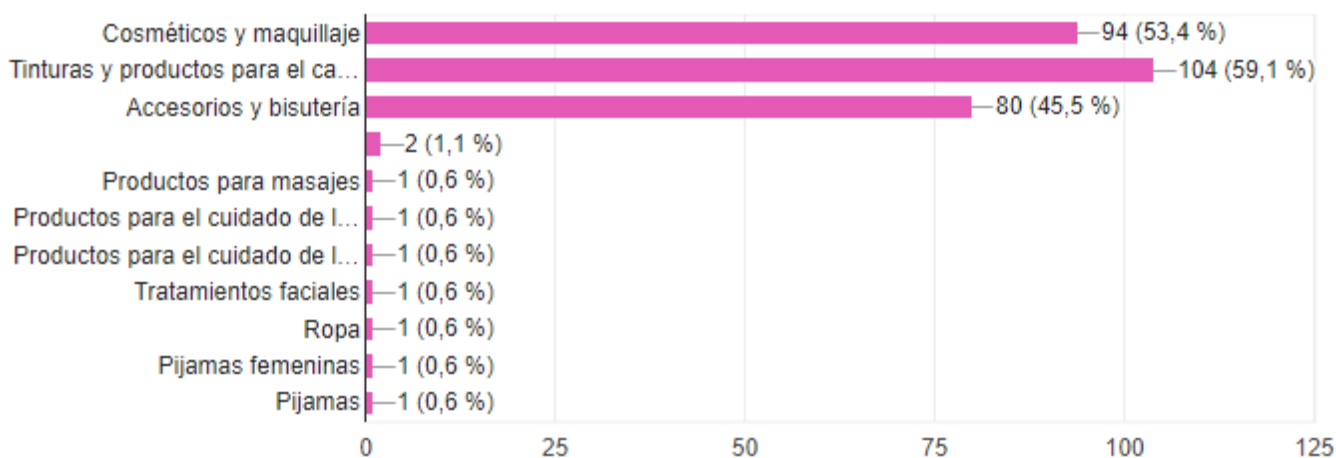
En este sentido, se indagó si adicional a los servicios mencionados, ¿le gustaría encontrar otros productos en el salón de belleza, peluquería o negocios similares?

**Figura 10. ¿Quisiera otros productos además de los servicios mencionados?**



Se encontró que el 86,5% de las personas, sí quiere encontrar otros productos al visitar una peluquería, salón de belleza u otros, por lo que Atelier puede ofrecer esta opción con el fin de que sus clientes encuentren de una forma más fácil los productos relacionados a la belleza, y sientan que se tiene una atención integral en el salón de belleza. Además, se preguntó ¿qué tipo de productos comprarían? Y las personas contestaron:

**Figura 11. Tipos de productos que comprarían los clientes al ir a un salón de belleza o peluquería**



Se encontró que hay tres secciones de productos más demandados por las personas del sector, pues más de la mitad de los encuestados (59,1%) contestó que les gustaría encontrar tinturas y productos para el cabello, seguido de un porcentaje del 53,4% de personas que prefieren cosméticos y maquillaje y, finalmente el 45,5% de los encuestados, comprarían accesorios y bisutería.

## 2.7. Descripción del público objetivo

Para brindar un servicio que satisfaga las necesidades o deseos de los clientes potenciales es necesario segmentarlos en grupos con necesidades, comportamientos o preferencias comunes. En este sentido, por medio del mapa de empatía se pretende analizar y entender al cliente con el fin de contemplar las estrategias necesarias para crear un vínculo con ellos, y en un futuro fidelizar la relación comercial. Por ello, esta metodología se fundamenta en seis divisiones que representan ideas, deseos, problemas y sentimientos del cliente objetivo (Osterwalder & Pigneur, 2010). Para el caso del salón de belleza Atelier, se encontró que se debe enfocar la atención principalmente hacia tres segmentos de la población del sector de San Cristóbal, que se perfilan de la siguiente manera:

**Tabla 4. Segmento de los adolescentes de 13 a 18 años**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <p><b>¿Qué piensa y siente?</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*En esta etapa de la vida sueña con encontrar su identidad, por lo que se siente bien experimentando.</li> <li>*Se siente feliz por graduarse o estar próximo a hacerlo.</li> <li>*Piensa en lo que quiere estudiar o hacer cuando se gradúe.</li> <li>*Se siente emocionado de realizar actividades extra curriculares como entrenar deportes.</li> <li>*Se siente tranquilo pues tiene el acompañamiento y apoyo de su familia en temas económicos, anímicos, psicológicos, escolares, etc.</li> <li>*Se compara con sus compañeros para establecer metas.</li> <li>*Sus aspiraciones materiales se crean de acuerdo a las modas o tendencias del mercado.</li> <li>*Tiene muchas emociones ya que su cuerpo tiene cambios y se está desarrollando.</li> <li>*Siente atracción por otras personas, desarrolla enamoramiento.</li> </ul> |
| <p><b>¿Qué escucha?</b></p>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Sus amigos y amigas le hablan sobre modas o tendencias.</li> <li>*Sus amigos y amigas le hablan sobre sus gustos, planes u objetivos.</li> <li>*Escucha los comentarios de sus profesores que lo corrigen o aconsejan.</li> <li>*Si tiene pareja, oye sobre sus pensamientos y sentimientos.</li> <li>*Escucha la música que está de moda y, lo hace sentir identificado por sus letras, pues reflejan sus emociones actuales o lo que quiere para él.</li> <li>*Escucha a su familia hablar sobre sus realidades, temas de importancia o preocupaciones.</li> <li>*Escucha a las personas cercanas hablar sobre sus sentimientos y pensamientos.</li> <li>*Escucha historias u opiniones de otras personas por medio de redes sociales.</li> </ul>  |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>¿Qué ve?</b></p>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Revisa Facebook donde ve y distingue a otras personas.</li> <li>*Por medio de Instagram ve las nuevas tendencias en moda, en ropa, zapatos y servicios del mercado.</li> <li>*Observa vídeos en tik tok de baile, de promoción de productos y servicios, de historias de otras personas, etc.</li> <li>*Consulta en internet acerca de temas de interés.</li> <li>*Consulta sus trabajos o tareas por medio de internet.</li> <li>*Ve novelas o series en su tiempo libre.</li> <li>*Ve noticias que afecten su entorno.</li> <li>*Ve a sus profesores o adultos enseñar, dar ejemplo.</li> <li>*Observa el comportamiento de sus compañeros y los toma como ejemplo de alguna forma.</li> </ul> |
| <p><b>¿Qué dice y hace?</b></p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Habla sobre sus gustos personales con su familia y amigos o amigas.</li> <li>*Experimenta con el fin de buscar su identidad.</li> <li>*Realiza actividades extracurriculares para distraerse.</li> <li>*Sale con sus amigos o amigas.</li> <li>*Centra sus esfuerzos en cumplir con sus responsabilidades académicas.</li> <li>*Realiza preguntas acerca de sus temas de interés.</li> <li>*Comparte tiempo con su novia o novio.</li> <li>*Expresa sus emociones ante diferentes situaciones.</li> <li>*Le gusta probar cosas nuevas.</li> <li>*Juega solo o con sus amigos en sus tiempos libres.</li> </ul>   |
| <p><b>¿Cuáles son sus esfuerzos?</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Debido a que se encuentra en el proceso de madurar le asusta equivocarse.</li> <li>*Siente frustración ante el rechazo y el fracaso.</li> <li>*Le duele o afecta que otras personas lo juzguen.</li> <li>*Tiene miedo de perder amistades.</li> <li>*No sabe cuál es su mejor opción para su futuro.</li> </ul>  |
| <p><b>¿Cuáles son sus resultados?</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Se sentirá realizado al alcanzar sus sueños.</li> <li>*Al descubrir su identidad, se sentirá tranquilo.</li> <li>*Cuando se equivoque no se asustará, lo tomará como un aprendizaje.</li> <li>*Se siente motivado por ejercer sus estudios a futuro.</li> <li>*Participa en competencias de su pasatiempo favorito.</li> <li>*No tendrá miedo de expresar sus preferencias, pensamientos o sentimientos.</li> <li>*Se sentirá feliz pues su familia estará orgullosa.</li> </ul>   |

**Tabla 5. Segmento de los jóvenes de 19 a 24 años**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <p><b>¿Qué piensa y siente?</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Tiene una perspectiva más clara de lo que quiere en su vida.</li> <li>*Decidió qué carrera estudiar.</li> <li>*Sus aspiraciones se basan en terminar de estudiar para ejercer la profesión que le gusta.</li> <li>*Le emociona conocer a otras personas y establecer contactos.</li> <li>*Realizó su inserción en la vida laboral.</li> <li>*Busca tener una independencia económica.</li> <li>*Se siente feliz de ayudar en su casa económicamente.</li> <li>*Tiene más aspiraciones materiales por gusto y necesidad.</li> <li>*Siente cansancio por estudiar y trabajar a la vez.</li> <li>*Si tiene hijos piensa en cómo darles todo lo que necesitan.</li> </ul>  |
| <p><b>¿Qué escucha?</b></p>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Escucha de forma activa los consejos y enseñanzas de profesores.</li> <li>*Sus padres lo aconsejan, pero lo dejan tomar sus decisiones de una forma más independiente.</li> <li>*Si tiene hijos, escucha acerca de cómo están, de lo que necesitan.</li> <li>*Sus amigos lo apoyan y motivan a esforzarse por conseguir sus metas.</li> <li>*Escucha recomendaciones en su trabajo sobre cómo mejorar.</li> <li>*Escucha a su pareja hablar de sus gustos, vivencias y planes a futuro.</li> <li>*Escucha música que lo hace sentir identificado por sus letras, pues reflejan sus emociones o situaciones que ha pasado.</li> <li>*Escucha podcast de temas de interés</li> <li>*Su familia le advierte de los peligros que puede tener a su alrededor.</li> <li>*Escucha la forma de expresarse de personas que él admira para seguir su ejemplo.</li> </ul> |
| <p><b>¿Qué ve?</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Ve libros y documentos en internet acerca de temas de interés o para su estudio.</li> <li>*Observa cómo actúan sus jefes o personas que él admira.</li> <li>*Observa el proceso de crecimiento de sus hijos y sus comportamientos.</li> <li>*Observa vídeos en tik tok de baile, de promoción de productos y servicios, de historias de otras personas, etc.</li> <li>*Ve noticias que pueden afectar su trabajo o entorno.</li> <li>*Ve series o novelas en su tiempo libre.</li> <li>*Mira anuncios de productos o servicios que quiere adquirir.</li> <li>*Observa vídeos de temas que quiere aprender.</li> <li>*Observa por medio de redes sociales las tendencias o modas actuales.</li> </ul>   |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>¿Qué dice y hace?</b></p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Habla sobre temas profundos de la vida con sus amigos o pareja.</li> <li>*Comparte tiempo con su pareja y sus hijos.</li> <li>*Conversa con sus compañeros o colegas sobre su carrera, o sobre metas personales.</li> <li>*Habla con su familia sobre cómo se siente viviendo esta nueva etapa de la vida.</li> <li>* Trabaja por obtener un equilibrio económico.</li> <li>*Comparte tiempo con compañeros o amigos que tengan más preferencias, vivencias o metas en común con él.</li> <li>*Sale a hablar o compartir con sus amigos.</li> <li>*Ahorra para pagar sus estudios y demás responsabilidades.</li> <li>*Realiza bien el trabajo pues busca un ascenso o mayores ingresos.</li> <li>*Le gusta experimentar y probar cosas nuevas.</li> </ul> |
| <p><b>¿Cuáles son sus esfuerzos?</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Siente miedo de no poder darle todo lo que quiere a sus hijos.</li> <li>*Tiene el riesgo de no poder terminar el estudio rápidamente ya que trabaja al mismo tiempo.</li> <li>*Puede sufrir de estrés debido a la carga de responsabilidades que tiene.</li> <li>*Tiene miedo de que al ejercer la carrera que estudió no le guste el trabajo.</li> <li>*Siente frustración por no poder tener rápidamente sus aspiraciones económicas.</li> <li>*Se siente frustrado por no poder compartir mucho tiempo con sus padres o familiares.</li> <li>*Se siente frustrado cuando en su trabajo no reconocen su buen desempeño.</li> </ul>   |
| <p><b>¿Cuáles son sus resultados?</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Se sentirá realizado cuando termine su carrera.</li> <li>*Se siente motivado por ejercer su profesión.</li> <li>*Siente tranquilidad porque le puede dar a sus hijos lo que necesitan.</li> <li>*Al ayudar a sus padres económicamente se sentirá realizado.</li> <li>*Se sentirá feliz cuando reconozcan en su trabajo o estudio su buen desempeño y esfuerzo.</li> <li>*Tendrá la oportunidad de independizarse y crear un emprendimiento.</li> <li>*Podrá tener la libertad financiera que tanto deseaba.</li> </ul>  |

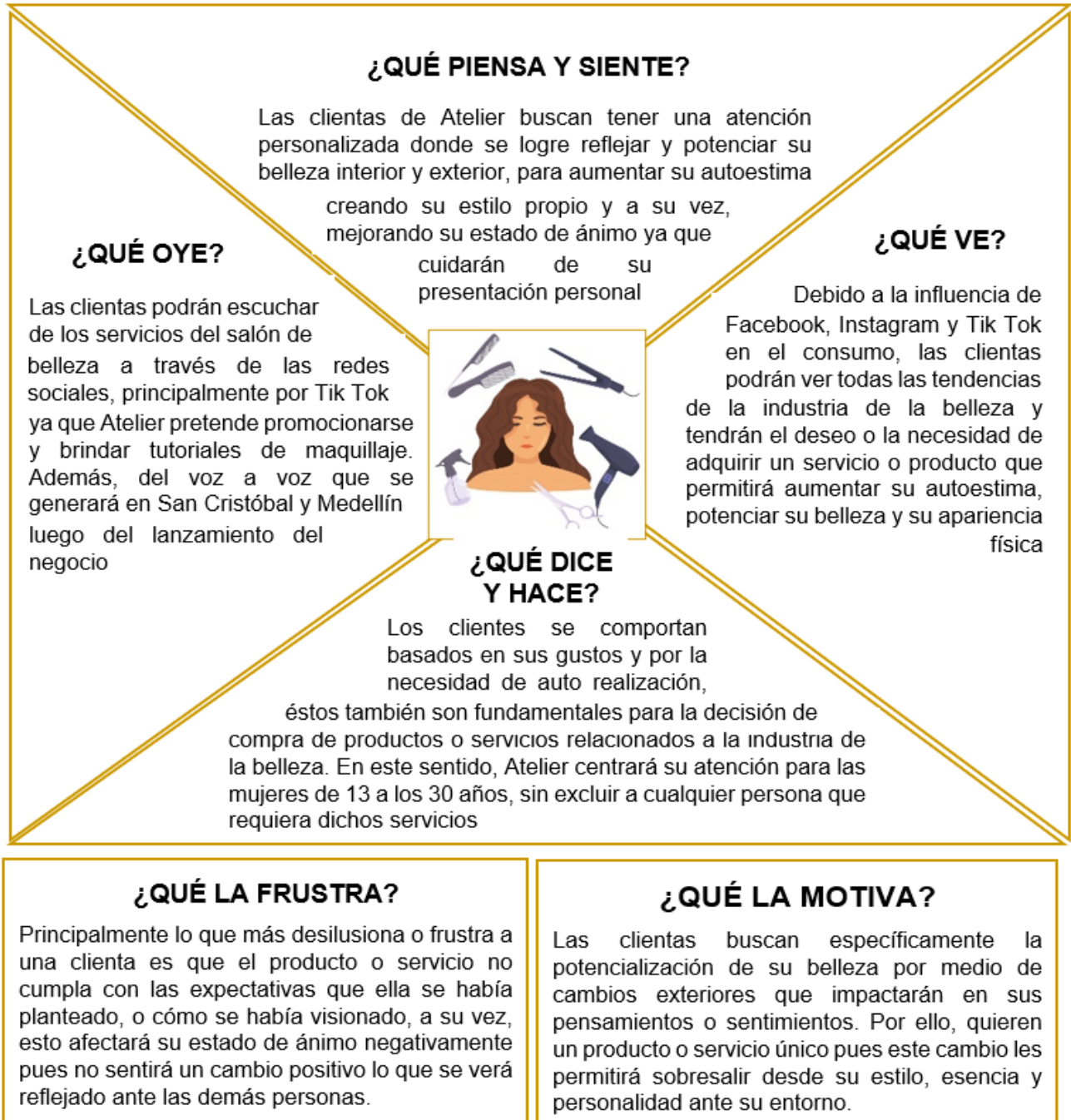
**Tabla 6. Segmento de los adultos de 25 a 30 años**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <p><b>¿Qué piensa y siente?</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Piensa en tener un crecimiento profesional.</li> <li>*Se encuentra estable económicamente.</li> <li>*Se encuentra desarrollando un emprendimiento.</li> <li>*Le preocupa el bienestar de sus padres y familiares.</li> <li>*Le preocupa el poder generarle estabilidad futura a su familia.</li> <li>*Aspira a tener su vivienda propia.</li> <li>*Le inquieta no saber qué pasará con el sus hijos o padres en el futuro.</li> <li>*Siente felicidad por su desarrollo personal.</li> <li>*Siente tranquilidad al cuidar su salud.</li> </ul>   |
| <p><b>¿Qué escucha?</b></p>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Escucha los sentimientos o consejos de su pareja.</li> <li>*Escucha los consejos de sus padres para aplicarlos con sus hijos.</li> <li>*Sus amigos le hablan acerca de cómo es su trabajo y su estilo de vida.</li> <li>*Sus hijos le dicen como se sienten, o lo que quieren.</li> <li>*Escucha las noticias para informarse.</li> <li>*Escucha música que lo hace sentir identificado por sus letras, pues reflejan sus emociones o situaciones que ha pasado.</li> <li>*Escucha podcast de temas de interés.</li> <li>*Oye a profesionales hablar sobre cómo administrar un emprendimiento.</li> <li>*Escucha consejos saludables en las redes sociales.</li> <li>*Sus colaboradores o compañeros de trabajo le dan observaciones para mejorar en su trabajo o emprendimiento.</li> </ul> |
| <p><b>¿Qué ve?</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Observa el proceso de crecimiento de sus hijos y sus comportamientos.</li> <li>*Observa cómo actúan personas que él admira.</li> <li>*Ve libros o documentos en internet acerca de temas de interés o para su crecimiento profesional.</li> <li>*Observa y entiende la dinámica del mercado para aplicar estrategias para sus clientes en su negocio.</li> <li>*Observa por medio de redes sociales las tendencias de consumo o modas actuales.</li> <li>*Mira anuncios de productos o servicios que quiere o necesita adquirir.</li> <li>* Observa vídeos en tik tok o redes sociales de baile, de promoción de productos y servicios, de historias de otras personas, etc.</li> <li>*Ve series o novelas en su tiempo libre.</li> </ul>  |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>¿Qué dice y hace?</b></p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Habla con su pareja sobre sus planes futuros.</li> <li>*Se capacita para adquirir más conocimientos sobre su profesión.</li> <li>*Busca realizar actividades extra curriculares para distraerse.</li> <li>*Comparte tiempo y juega con sus hijos.</li> <li>*Busca espacios para compartir tiempo con sus padres o familiares.</li> <li>*Habla con profesionales sobre su negocio.</li> <li>*Crea estrategias para mejorar su economía.</li> <li>*Ahorra para poder comprar su vivienda.</li> <li>*Aprende a conducir para comprar su transporte propio.</li> <li>*Crea reuniones para compartir con sus amigos.</li> </ul>   |
| <p><b>¿Cuáles son sus esfuerzos?</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Se siente frustrado cuando las cosas no le salen como lo había planeado.</li> <li>*Tiene el riesgo de equivocarse al tomar decisiones gerenciales en su negocio.</li> <li>*Tiene la amenaza de que otros negocios sean mejores competidores.</li> <li>*Siente frustración por tener que consultar a otras personas sobre las decisiones que toma en su negocio.</li> <li>*Le duele no poder compartir una mayor cantidad de tiempo con sus hijos o su familia debido a su trabajo.</li> <li>*Tiene el riesgo de perder su negocio por no tomar las mejores decisiones.</li> <li>*Tiene la amenaza de perder su trabajo si no demuestra un buen desempeño y pro actividad.</li> </ul> |
| <p><b>¿Cuáles son sus resultados?</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Se siente feliz porque puede comprar su casa propia.</li> <li>*Su negocio se posicionará en el mercado.</li> <li>*Se siente motivado por seguir con su negocio.</li> <li>*Se siente feliz porque se reconoce su desempeño trabajando.</li> <li>*Se siente entusiasmado de ayudar a sus padres.</li> <li>*Podrá delegar responsabilidades en el trabajo para capacitarse o estudiar algo que le guste.</li> <li>*Siente tranquilidad porque le puede dar un futuro económico estable a sus hijos.</li> </ul>  |

Al contrastar la información anterior con los resultados de la investigación de mercado, se establece el siguiente mapa de empatía para los principales clientes del salón de belleza Atelier:

**Figura 12. Mapa de empatía clientes Atelier**



## 2.8. Definición de canales

### 2.8.1. Canal de distribución

Atelier al un negocio donde su *core* es la prestación de servicios relacionados a la industria de belleza y peluquerías, utilizará el canal de distribución directa, ya que los trabajadores del salón de belleza serán los responsables de brindar el servicio de

atención al cliente y venta de los accesorios, artículos o tratamientos para el cabello, uñas o rostro de manera directa sin ningún intermediario, pues estos productos estarán exhibidos en mostradores en el mismo negocio. Además, por medio de las redes sociales se brindarán tutoriales o tips principalmente para mejorar el cuidado de la piel y la realización de maquillajes, con el fin de incentivar la compra de productos y la obtención de los servicios del negocio.

### **2.8.2. Canal de comunicación y venta**

Según lo anterior, el principal canal de comunicación y venta *retail* de Atelier sería de forma física, teniendo conversaciones directas con el cliente, esto no sólo permitirá crear un vínculo de mayor confianza y conexión interpersonal, debido a la transmisión de la información de forma completa con expresiones faciales, gestos, entre otros; dando la oportunidad de tener una mayor comprensión y empatía sobre los deseos o necesidades del cliente. Sino que este canal ayudará a evitar malentendidos, pues se tiende a crear una comunicación de forma asertiva de parte y parte, y se podrá generar una resolución de dudas e inconvenientes si se llegan a tener de forma inmediata.

No obstante, se tendrá la opción de comunicación por medio de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp; a través de las redes sociales se adjuntará el vínculo para éste, para aquellas personas o clientes que necesitan aclarar dudas, solicitan información, los servicios y productos del negocio

## **2.9. Relacionamiento con el público objetivo**

Luego de definir los tres grupos principales de las clientas objetivo del Salón de belleza (mujeres jóvenes y adultas en los rangos de edad de 13 a 30 años), se considera que la estrategia de relacionamiento con el cliente que debe aplicar Atelier se debe abarcar desde cuatro perspectivas:

**Personalización:** para obtener un resultado o estilo personalizado, es importante crear una experiencia única en la clienta, que debe incluir la atención personalizada. Para ello, es importante indagar acerca de los gustos o preferencias, de las experiencias relacionadas al área de la belleza, de los antecedentes de uso de productos o servicios, entre otros, permitiendo al trabajador no sólo entender lo que realmente quiere la clienta, sino crear una conexión más cercana. No obstante, es importante asesorar a la clienta, ya que en ocasiones sus deseos no son acordes con lo que realmente necesita, con el fin de llegar a acuerdos, y que su servicio realmente le genere satisfacción y bienestar.

**Respuesta rápida:** con el fin de demostrar la importancia que tienen las clientas para Atelier, una de las premisas de atención o consultas de las mismas, es la respuesta

de manera ágil y oportuna. Esto, con el fin de reconocer el lugar del público objetivo, y evidenciar el compromiso del Salón de belleza con su *core* de negocio.

**Difusión de información relevante:** debido a que para muchas mujeres es difícil confiar en los resultados que obtendrán al visitar un salón de belleza, y Atelier busca posicionarse como negocio con atención profesional y consciente, por medio de las redes sociales se difundirán consejos para el cuidado de la piel, el cabello y las uñas. Además, de las consecuencias de un mal manejo de productos, con el fin de generar una responsabilidad y consciencia sobre los mismos, y principalmente darse a conocer como un negocio seguro y confiable.

**Retroalimentación y escucha activa:** Atelier es consciente de que las clientas son una de las mayores prioridades. Por lo tanto, se busca construir confianza con el fin de conocer las experiencias, y obtener un *feedback* en cuanto a la atención o el servicio brindado, generando un servicio post venta para conocer las fortalezas y debilidades, creando e implementando estrategias que demostrarán el compromiso que se tiene y que se valora la opinión de la clienta.

Adicionalmente, el Salón de belleza busca establecer las siguientes estrategias con el fin de fidelizar a las clientas:

**Por tipos de servicios elegidos:** cuando se genera la confianza o vínculo con la clienta se empieza a conocer cuál es su demanda ante los servicios ofrecidos por el salón de belleza, por ello se pretenden establecer paquetes de servicios a un precio diferencial en fechas establecidas, por ejemplo, si una clienta se organiza las uñas, pero otro día también solicita el servicio de cejas y pestañas, se le puede ofrecer el paquete con el fin de que obtenga el servicio completo y a un menor precio.

**Por frecuencia de visita al salón:** luego de que las clientas comienzan a frecuentar el salón, se empiezan a conocer los horarios que prefieren sea por su trabajo, su familia o por otras responsabilidades, por ello Atelier quiere establecer una agenda preferencial con el fin de facilitarle a las clientas el cumplir con sus obligaciones, pero también el brindarse tiempo para ellas mismas y mejorar su autoestima. Además, de entregarles a los clientes unas tarjetas personalizadas, donde luego de 10 visitas, tendrán un servicio gratis.

**Por temporada:** debido que existen algunas temporadas en el calendario en las que se realizan eventos como las graduaciones, el Salón de belleza realizará promociones en servicios como maquillaje, cejas y pestañas con el fin de captar la atención de dicho público.

## 2.10. Propuesta de imagen corporativa

### 2.10.1. Figura 13. Logo y slogan



Debido al core de negocio del Salón de belleza, se eligió como color principal el dorado o color oro ya que, si bien este se asocia a la nobleza, elegancia y belleza desde los antepasados históricos de la sociedad (Heller, 2008), Atelier se quiere enfocar en comunicar status, fuerza y equilibrio por medio de la construcción del branding de la marca representada en el éxito, la pasión y la confianza que los servicios del negocio generarán en sus clientes. No obstante, el Salón de belleza también tendrá en las paredes y muebles el color blanco como contraste a la fuerza del color dorado, pues su significado se relaciona con la tranquilidad, la pureza e inocencia, y la elegancia. Además, del color rosado como el principal símbolo de feminidad, ternura y delicadeza (Heller, 2008). Esto, debido que la marca quiere apreciar de forma holística todas las fortalezas que una mujer tiene y que puede potenciar. Según lo anterior, se determina como slogan: “Sé la mejor versión de ti, que pueda existir”. Con ello, se busca empoderar a las mujeres, para que inviertan en sí mismas y en aquello que les puede generar un bienestar no sólo físico sino anímico y psicológico. Igualmente, se establece el portafolio de Atelier:

**Figura 14. Portafolio de servicios**



Sé la mejor versión de ti, que pueda existir

## Nuestros servicios

### Cabello

- Corte
- Tinte o mechones
- Tratamientos capilares
- Alisados capilares
- Trenzas y peinados
- \*Realización de todo tipo de trenzas
- \*Peinados infantiles
- \*Peinados para eventos
- \*Cepillado y planchado
- \*Crespos, ondas y ondas de sirena

### Uñas

- Manicure o pedicure tradicional
- Semipermanente en manos
- Semipermanente en pies
- Baño de acrílico
- Uñas Press on
- Retoque Press on
- Forrado en Poly gel
- Retoque de Poly gel
- Forrado en acrílico
- Acrílicas esculpidas
- Retoque de acrílico
- Retiro semipermanente
- Retiro acrílico
- Reposición de uñas partidas

### Rostro

- Limpieza facial
- Depilación de cejas
- Laminado de cejas
- Diseño en henna de cejas
- Lifting de pestañas
- Aplicación de pestañas postizas
- Extensiones de pestañas
- Realización de maquillaje
- \*Maquillaje de día
- \*Maquillaje social o de noche
- \*Maquillaje de novia

## 2.11. Definición de la propuesta de valor

Tras entender que el mercado es dinámico, y que así mismo las exigencias de las personas se han transformado, Atelier está fundamentada en la perspectiva de generar un impacto ambiental y social positivo. Por ello, el Salón de belleza planea ejecutar su operación desde dos perspectivas centradas en seguir la proyección del Gobierno de Colombia, donde se establece que para el sector de la belleza la mayor ventaja comparativa es el uso de la riqueza en biodiversidad para la producción de artículos con base en ingredientes naturales (Colombia Productiva, 2024).

En este sentido, la primera perspectiva se basa en la sostenibilidad, implementando para la prestación de sus servicios el uso y venta de productos amigables con el medio ambiente, lo que se traduce en buscar proveedores que fabriquen o comercialicen productos veganos o naturales; la segunda se centra en beneficiar la salud de los clientes, ya que la principal función de la materia prima de los cosméticos naturales es nutrir, humectar y proteger la piel, el cabello y las uñas, pues disminuyen los obstructores hormonales, ayudan mejorando la transpiración natural de la piel y disminuyen los agentes que pueden generar cáncer y que normalmente se encuentran en productos cosméticos tradicionales (Alcaldía de Bogotá, 2024).

Adicionalmente, la filosofía de Atelier parte de la premisa de aportar positivamente a la generación de amor propio no sólo para los clientes, sino que se busca mejorar o potenciar las habilidades y desarrollo personal de sus trabajadores. Por lo tanto, se establecieron los siguientes valores y atributos de valor que representan la identidad de la marca:

**Tabla 7. Valores y atributos de valor de Atelier**

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Compromiso</b> | <p>*Uno de los pilares de la filosofía de Atelier se basa en generar impactos positivos para el medio ambiente. Por tanto, este plan de negocio se crea con la expectativa de aportar algo positivo a la sociedad y la naturaleza.</p> <p>*Atelier es responsable de realizar asesoría personalizada y recomendaciones a cada cliente con el fin de brindarle el servicio o producto que más se acomode a sus necesidades o deseos.</p> <p>*El salón de belleza se compromete a generar condiciones laborales que dignifiquen la labor y el ser de sus trabajadores, además de brindar todas las garantías laborales.</p> |
| <b>Calidad</b>    | <p>*Si bien los insumos para la venta y realización de servicios serán veganos o naturales, cumplirán con su funcionalidad, obteniendo los resultados esperados por los clientes y la marca.</p>  |

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Profesionalismo</b> | *Todos los trabajadores de la marca, serán profesionales o personas especializadas en la labor, por lo que se garantiza responsabilidad y compromiso a la hora de prestar un servicio, teniendo en cuenta que no sólo se generará un cambio físico, sino que habrá un impacto psicológico para las clientas.  |
| <b>Confianza</b>       | *El principal objetivo de Atelier es que como lo dice el slogan, las clientas sean la mejor versión de sí mismas que pueda existir, por lo que la marca será el medio para lograrlo, permitiendo generar una relación o conexión con las clientas, y principalmente que se sientan bien con lo que ven en sí mismas, lo que impactará de forma positiva su estado anímico y psicológico, mejorando su autoestima. |
| <b>Respeto</b>         | *Consideramos que todas las personas tienen la libertad de expresar sus creencias, emociones, pensamientos y preferencias sin ser juzgados. Además, creemos que es una parte fundamental de la comunicación con los clientes para conocerlos y saber cómo relacionarnos con ellos.  |
| <b>Consciencia</b>     | *La premisa principal de la filosofía del Salón de belleza es que las clientas y trabajadores puedan conocerse y reconocerse a sí mismos, y que desde allí puedan tomar la decisión de potenciar su ser y su esencia para proyectar su belleza exterior e interior.   |




### 3. Módulo técnico/operativo

#### 3.1. Infraestructura física

El salón de belleza estará ubicado en el barrio Balmoral del corregimiento de San Cristóbal, ya que allí se encuentra un garaje para local propio que cuenta con una cocineta ubicada al fondo del local, donde se instalarán casilleros para los trabajadores y un mesón con sillas para que puedan comer. También, posee un baño con lavamanos para el área de asepsia, una poceta para el área de aseo, y un salón que se adaptará para la prestación de los servicios mencionados en el portafolio. Para ello, se contarán con los siguientes elementos:

**Tabla 8. Muebles o elementos necesarios para el Salón de belleza**

| Descripción  | Imagen de referencia  |
|--|---|
| <p>Dos lavacabezas cerca de la zona del baño, ya que se facilita el adaptar la tubería</p> |  <p>Nota. Tomado de Google Imágenes</p>   |
| <p>Dos estaciones para manicure con su respectiva lámpara LED</p>                          |  <p>Nota. Tomado de Google Imágenes</p>  |
| <p>Una estación para pedicure</p>  |  <p>Nota. Tomado de Google Imágenes</p> |

|  |   |
|--|---|
| <p>Con el fin de aprovechar los espacios en el área del servicio de las uñas se instalarán estanterías y exhibidores en la pared para ubicar los esmaltes, bases y accesorios.</p> |  <p>Nota. Tomado de Google Imágenes</p>   |
| <p>Una silla multifuncional para tratamientos de cejas y pestañas</p>  |  <p>Nota. Tomado de Google Imágenes</p>   |
| <p>Finalmente, tres puestos para alisado, corte o peinados, y maquillaje:</p>  |  <p>Nota. Tomado de Google Imágenes</p> |

Cada puesto de trabajo contará con punto eléctrico independiente, y estarán dotados según su necesidad, por ejemplo, para la estación de corte y peinados, se contará con las máquinas para cortar el cabello, secador, plancha, pinzas, etc. Además, en la entrada del local se ubicará la sala de espera y al frente la recepción, donde se adaptarán vitrinas y exhibidores con los productos para el cabello, el rostro, cosméticos, accesorios, entre otros, que se van a comercializar.

## 3.2. Infraestructura tecnológica

### 3.2.1. Medios *online*: Redes sociales

Cómo se ha mencionado anteriormente, si bien los servicios del negocio se realizarán de forma física en el local, también se hace necesario la creación de Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp, debido a su influencia sobre las personas a la hora de impulsarlos a comprar un producto u obtener un servicio. Allí se publicará el portafolio de Atelier, se mostrarán los resultados de los servicios realizados, además de realizar vídeos tutoriales de maquillaje y tips para el cuidado facial, del cabello y las uñas. Finalmente, se usará como único medio para agendar las citas el WhatsApp.

### 3.2.2. Infraestructura Técnica

En cuanto a los instrumentos o herramientas necesarias para la operación, se necesitan para la sección del cabello, las uñas y el rostro respectivamente:

**Tabla 9. Infraestructura técnica**

| Sección | Instrumentos o herramientas   |
|---------|---|
| Cabello | <p><b>Tijeras de corte:</b> son las más usadas para cualquier tipo de corte, ya que permiten más precisión pues el cabello no se desliza por la hoja. Se usa para dar forma al corte, definir el contorno del cabello, sanear o emparejar las puntas. Su filo puede ser liso o micro dentado.</p> <p><b>Tijeras de esculpir:</b> permiten vaciar cabello, eliminar irregularidades y reducir volumen con el fin de igualar zonas del cabello que presenten diferentes longitudes ya que tienen una hoja de borde dentado y otro recto. El resultado del corte dependerá del tipo de dientes, pueden ser rectos, curvos o en forma de v.</p> <p><b>Tijeras de entresacar:</b> son similares a la anterior, pero cuentan con dos hojas dentadas que se usan para reducir el volumen de grandes secciones de cabello, pero sin perder el largo del mismo.</p> <p><b>Tijeras de hoja curva:</b> permite corregir la tendencia de las tijeras a deslizarse, generando que las líneas de corte sean rectas.</p> <p><b>Clippers o máquinas de corte:</b> permite la realización de cortes en diferentes niveles y tipos, ya que cuentan con diferentes guías y generalmente tienen una hoja en forma de T que es útil para perfilar áreas como la zona interna de las orejas. Sin embargo, existen otros 3 tipos de hoja, semi plana, cóncava y plana.</p> <p><b>Rimmers o patilleras:</b> es una máquina más ligera pues tiene un rango de acción terminadora, es decir, su objetivo es pulir y afinar cortes.</p> <p><b>Secadores profesionales:</b> permiten secar, rizar o alisar el cabello de forma eficaz, deben tener una potencia mínimo de 1800w ya que estos serán de uso constante, por lo que deben ser de materiales resistentes al calor. Es importante que cuenten con regulador de temperaturas y diferentes accesorios (boquillas), incluyendo un difusor para cabello crespo, con el fin de poder usarlos dependiendo el tipo de cabello y servicio deseado. También, es preferible que sea ligero y que cuente con cableado extenso, para trabajar con más facilidad.]</p> |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <p><b>Cabello</b></p> | <p><b>Planchas profesionales:</b> permiten alisar y moldear el cabello, deben ser de titanio, ya que éstas alcanzan mayores rangos de temperatura, y tienen una mayor capacidad de transferencia térmica por lo que ofrece resultados más rápidos, es importante que cuente con regulador de temperaturas con el fin de poder usarlas dependiendo el servicio deseado y tipo de cabello, sin afectar la salud del mismo. También deben tener el tamaño necesario para atender todo tipo de cabello. Finalmente, es preferible que cuente con cableado giratorio y extenso para trabajar con libertad de movimiento y mayor comodidad.</p> <p><b>Pinzas rizadoras:</b> permite crear diferentes estilos de ondas y rizos, debe contar con tecnología de calentamiento uniforme para brindar una cobertura completa en poco tiempo logrando resultados más rápidos. Debe tener regulador de temperaturas, cable giratorio para mayor comodidad y pueden ser pinzas de uno o tres tubos.</p> <p><b>Peines clásicos:</b> no deben ser de plástico, ya que se debe evitar la electricidad estática que producen normalmente, pueden ser de púas finas o anchas.</p> <p><b>Peines con dos tipos de púas:</b> la mitad del peine tiene la mitad con púas separadas para desenredar el cabello, y la otra mitad las tiene juntas para facilitar la separación de mechones y pulir el peinado.</p> <p><b>Peines con cola de ratón:</b> tiene una púa larga en el mango que sirve para separar secciones del cabello con precisión y realizar peinados con trazados rectos.</p> <p><b>Peines con púas anchas y separadas:</b> sirven para desenredar el cabello cuando está húmedo y no lo revientan puesto que, respetan el cuero cabelludo debido a sus puntas redondeadas.</p> <p><b>Cepillos térmicos redondos:</b> permiten moldear el cabello con el secador para lograr la forma deseada, existen de distintas medidas por lo que se adaptan a todo tipo de cortes y medidas de cabello.</p> <p><b>Cepillos esqueleto:</b> cuenta con un sistema de ventilación, cerdas finas y separadas que permiten secar el cabello rápido, y desenredar cabellos con rulos o voluminosos sin quebrarlos.</p> <p><b>Cepillos con cerdas de nylon:</b> se utilizan para deshacer nudos y enredos en el cabello. Además, ayudan a estimular la producción de grasa natural aportando brillo al cabello.</p> <p><b>Cepillos de forma ovalada:</b> se utilizan en cabellos rebeldes, con rulos, rizados, voluminosos, secos o con estática.</p> <p><b>Productos capilares:</b> Shampoo preparador para alisados o tratamientos, shampoo sellador de productos, shampoo, acondicionadores, ampollas y mascarillas para diferentes tipos de cabellos en distintas presentaciones, alisadores o queratinas, productos naturales para procedimientos de tratamientos capilares, tinturas y enjuagues.</p> <p><b>Otros productos y materiales:</b> Toallas de mano, capas profesionales, cepillos o brochas para aplicación de tinturas o tratamientos, guantes profesionales, gorros para procesamiento de color, pinzas, ganchos, chulos, cauchos y accesorios para peinados, tazones o recipientes plásticos para mezclar productos, atomizadores, entre otros.</p> |
|-----------------------|--|

|                      |   |
|----------------------|---|
| <p><b>Uñas</b></p>   | <p><b>Kits de asepsia para uñas:</b> consta de productos desechables como el algodón, toallas de papel, palitos de madera, separadores de dedos, limas e hisopos. También cuenta con productos que se deben desinfectar para cada servicio, empujador de cutículas, tijeras o pinzas para cortar las cutículas, cortaúñas, cepillo de uñas, limas, tablas de esmeril, pulidora de uñas, recipientes plásticos. Finalmente, se usa crema o aceite de cutículas y acetona o quitaesmalte.</p> <p><b>Lámparas LED:</b> se utilizan para curar el esmaltado semipermanente o uñas en gel, la luz que proyecta sobre el esmalte permite secar y fijar rápidamente el producto, lo que permite que este permanezca intacto por más tiempo que un esmaltado tradicional.</p> <p><b>Kits de semipermanente:</b> este esmaltado se puede realizar sobre la uña natural donde solo se necesitará el preparador, los esmaltes semipermanentes, accesorios dependiendo el diseño seleccionado por el cliente y el sellador. O dependiendo de la técnica seleccionada, se necesita polímero o acrílico, uñas press on, poly gel, base rubber, gel de construcción, moldes para esculpir uñas, esmaltes y accesorios.</p> <p><b>Tornos o drill para uñas:</b> garantiza una mayor higiene, facilita limar las uñas, quitar el esmaltado, limpiar las cutículas, etc. Esta máquina consta de dos partes, el cuerpo que es un rotulador grueso al que se le puede cambiar la broca, poseen una botonera para ajustar la potencia y velocidad. Y las brocas o fresas, que son las puntas intercambiables de diferentes formas para realizar las funciones mencionadas, permiten alcanzar las zonas más complicadas de la uña.</p>  |
| <p><b>Rostro</b></p> | <p><b>Vaporizadores para limpieza facial:</b> es una máquina que emite vapor caliente al rostro, con el fin de ayudar a limpiar los poros e hidratar la piel profundamente mejorando su salud y apariencia.</p> <p><b>Kits para limpieza facial:</b> Agua micelar, jabón natural para rostro, exfoliante facial, combo de extractores y removedores de puntos negros y acné, tónico para eliminar impurezas y sellar poros, finalmente, mascarillas y cremas para regenerar e hidratar el rostro.</p> <p><b>Kits para cejas:</b> Espuma limpiadora, cepillo de cejas, según el servicio a realizar se necesitaría cuchillas, pinzas, hilos depiladores, cremas limpiadoras, queratinas para laminado, fijadores neutralizantes de cejas, pegamentos e hidratantes, papel osmótico en rollos, paquetes de algodón, bigen o henna en diferentes tamaños, lápiz marcador para demarcación, medidores escalímetros, regla para diseño.</p> <p><b>Kits para pestañas:</b> Espuma limpiadora, cepillo para pestañas, según el servicio a realizar se necesitaría cinta transpore, bigudíes para pestañas, pegamento de bigudíes, palos de naranja, copitos, pomos de algodón, parches de hidrogel, primer, gel perming, gel setting, sérum hidratante, crema neutralizadora, pincel para pestañas, pinzas, pestañas postizas en diferentes presentaciones o extensiones de distintos tamaños o efecto, pega de pestañas, súper bonder.</p> <p><b>Kits para skin care:</b> productos de skin care para preparar la piel como jabón facial, agua micelar o gel limpiador, mascarilla facial, sérum con vitamina c, sérum con ácido hialurónico, contorno de ojos, crema hidratante, protector solar</p> <p><b>Cosméticos:</b> productos para la realización de maquillaje como base, corrector, contornos, polvo compacto, polvos sueltos, lápiz de ojos, delineador, pestañina, sombras, rubor líquido, rubor en polvo, iluminador, betún para cejas, labial, brillo, delineador de labios y sellador de maquillaje.</p> |

### 3.2.3. Infraestructura de conocimiento

Teniendo como base los valores y atributos de valor de Atelier, y la asesoría de la profesional Maritza González se establecen los siguientes perfiles profesionales de los trabajadores encargados de la prestación de los servicios del salón de belleza, teniendo en cuenta para ello, que todo el personal debe contar con los documentos que certifiquen sus competencias en las áreas mencionadas:

**Peluquera o peluquero:** técnico o tecnólogo en peluquería. Debe ser un profesional enfocado en el cuidado de la imagen personal y estética de los clientes, específicamente en cuanto al cabello y los cortes del mismo. Será el encargado de cortar, peinar, decolorar, tinturar o realizar tratamientos en el cabello, por lo que debe tener conocimientos sobre los productos o técnicas que se deben usar para cuidar y mantener la salud del cabello. Además de brindar recomendaciones adecuadas a los clientes, luego de estudiar su fisionomía, forma del rostro, color de cabello, tipo de cabello, etc. Es importante que cuente con habilidades de comunicación y empatía para expresarse y asesorar al cliente de forma que le transmita seguridad y confianza, generando un acercamiento asertivo y familiaridad con el cliente.

**Especialista en alisados y tratamientos capilares:** profesional en el cuidado del cabello. Debe tener conocimiento sobre las características del cabello y cuero cabelludo, identificando anomalías para elaborar un diagnóstico y propuesta de productos o tratamiento acorde a las necesidades y requerimientos del cliente, llevando a cabo tratamientos estéticos por medio de técnicas de higiene y cuidado con el fin de controlar o contrarrestar alteraciones capilares, informando en todo el proceso al cliente.

**Manicurista y pedicurista:** técnico o tecnólogo de uñas con conocimiento en los productos para el cuidado de las uñas y de las tendencias actuales de la industria. Será el encargado de proporcionar servicios profesionales a los clientes en cuanto a tratamientos o procedimientos de las uñas que realcen la apariencia y salud de las mismas. Deben mantener las condiciones sanitarias y bioseguras según la normativa legal vigente en la zona de trabajo, herramientas, instrumentos y equipos garantizando la aplicación de prácticas seguras y saludables. Es importante que realicen los procedimientos cosméticos en manos y pies usando la técnica y equipos adecuados con el fin de garantizar que se satisfagan las necesidades y se superen las expectativas del cliente.

Al llevar a cabo la realización de uñas artificiales es importante adaptar la técnica estética adecuada según el tipo de uña del cliente, y según su requerimiento. Además, deben tener excelentes habilidades de comunicación con el objetivo de entender lo que realmente quiere el cliente, y realizar su trabajo de forma muy

organizada debido a que estos procedimientos se elaboran mínimo en dos horas, lo que se puede convertir en algo tedioso para el cliente y para el mismo profesional.

**Especialista en cejas y pestañas:** es una persona idónea para desarrollar procedimientos estéticos no invasivos de embellecimiento en la apariencia de las cejas y pestañas. Es responsable de mantener la zona de trabajo y equipamiento en condiciones bioseguras según la normativa. Su objetivo principal es resaltar la armonía del rostro, realizando diseños conforme la fisonomía de la cara del cliente. Es importante que tengan una buena comunicación con los clientes, para indagar acerca de si son alérgicos a algún tipo de producto y, con el fin de poner en acuerdo cómo se verían mejor en cuanto a las cejas y pestañas.

**Especialista en maquillaje y peinados:** técnico, tecnólogo o persona con cursos en maquillaje y realización de peinados, con habilidades en estética y armonía y atención a los detalles. Debe contar con destreza en sus manos, memoria visual, creatividad, dominio de los colores y combinaciones y capacidad de innovación.

Es importante tener conocimientos teóricos y prácticos acerca de productos, materiales, herramientas y técnicas relacionadas a la elaboración de peinados y maquillaje. Igualmente, debe ser una persona con habilidades de comunicación asertiva, y capacidad de para asesorar a los clientes acerca de la mejor técnica y productos que pueden usar para tener mejores resultados en su maquillaje o peinado, basándose en su tipo de piel y cabello.

Debido que, estos trabajadores formarán parte de un equipo de trabajo, es pertinente tener habilidades para trabajar de forma cohesionada e integral, pues se espera crear una comunicación de forma asertiva, sinergia y respeto ante el público objetivo. Igualmente, deben poseer una actitud positiva con el fin de priorizar el bienestar y satisfacción del cliente, sin ofrecer o brindar servicios en los que no se encuentran capacitados; para ellos debe primar el profesionalismo con sus clientes. Finalmente, además de la capacitación de desarrollo profesional y personal que brindará Atelier, tendrán formación continua acerca de novedades, tendencias y técnicas que se implementen en el sector de la belleza.

#### **3.2.4. Fichas técnicas**

Debido que, Atelier definió las secciones de los servicios a realizar, se establece para cada una la ficha técnica correspondiente donde se pretende estandarizar y controlar las características, especificaciones o técnicas que se tienen sobre los servicios estipulados:

#### ***Figura 15. Ficha técnica sección cabello***

## Ficha técnica capilar

\*Fecha:  
\*Nombre:  
\*Dirección:  
\*Teléfono:  
\*Edad:

### MARCAR CON UNA X LA RESPUESTA

\*Cuero cabelludo: Graso  Seco  Normal  Mixto   
\*Tamaño del cabello: Corto  A media espalda  Largo   
\*Diámetro del cabello: Fino  Medio  Grueso   
\*Tipo de cabello:  
Liso  Ondulado  Rizado  Afro   
\*Alteraciones:  
-Pitiriasis capitis: Simple  Leve  Grave  Ninguna   
-Psoriasis capilar: Simple  Leve  Grave  Ninguna   
-Seborrea capilar: Simple  Leve  Grave  Ninguna   
-Alopecia: Congénita  Areata  Traumática   
Senil  Cicatrizal  Ninguna   
-Tiña capilar: Simple  Leve  Grave  Ninguna   
-Pediculosis o piojos: Sí  No   
-Foliculitis: Sí  No   
-Eczema: Sí  No   
-Horquilla: Sí  No   
\*Tono base del cabello:  
1  2  3  4  5  6  7  8  9  10   
\*Porcentaje de canas: 0  25%  50%  75%  100%   
\*Nivel de Porosidad: Alto  Medio  Bajo   
\*Nivel de elasticidad: Alto  Medio  Bajo   
\*Tono deseado con respecto a la base natural del cabello  
Más oscuro  Igual  Más claro  Varios tonos   
\*¿Requiere decoloración?: Sí  No   
\*Tono de decoloración:  
0  1  2  3  4  5  6  7   
\*¿Requiere tratamiento en el cabello?: Sí  No   
\*Tipo de tratamiento recomendado:  
Cirugía  Colágeno  SOS  Kplex  Ninguno   
\*¿Tiene procesos químicos en el cabello?: Sí  No   
\*¿Qué procesos químicos se ha realizado?  
Tinte  Decoloración  Alisado  Ninguno   
Otros: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\*Postcuidados o recomendaciones: \_\_\_\_\_

\*Autorización del cliente:  
Yo \_\_\_\_\_, identificado con C.C. \_\_\_\_\_ autorizo libremente al profesional para que me realice el procedimiento antes mencionado y lo exonero de toda responsabilidad que este tuviere en reacción del proceso, ya que tuve toda la asesoría e indicaciones acerca de las consecuencias o resultados del mismo.

\*Firma cliente: \_\_\_\_\_ \*Firma profesional: \_\_\_\_\_

**Figura 16. Ficha técnica sección uñas**

**Ficha técnica manicure-pedicure**

\*Fecha: \_\_\_\_\_  
 \*Nombre: \_\_\_\_\_  
 \*Dirección: \_\_\_\_\_  
 \*Teléfono: \_\_\_\_\_  
 \*Edad: \_\_\_\_\_

MARCAR CON UNA X LA RESPUESTA

\*Morfología de la mano  
 Estrecha  Ancha  Cuadrada  Cónica

\*Estado de la piel de la mano  
 Deshidratada  Con manchas  Alergias  Buen estado

\*Morfología de los dedos de la mano  
 Largos  Cortos  Gruesos  Adelgazados

\*Estado de las uñas de la mano  
 Sanas  Con alteración  Manchadas

\*Morfología del pie  
 Plano  Cavo  Normal o promedio

\*Estado de la piel del pie  
 Deshidratada  Con manchas  Alergias  Buen estado

\*Morfología según los dedos del pie  
 Egipcio  Romano  Griego  Germánico

\*Estado de las uñas del pie  
 Sanas  Con alteración  Manchadas

\*Morfología de las uñas  
 Ovalada  Ancha  Cuadrada  Redonda

\*Forma deseada  
 Ovalada  Cuadrada  Redonda

\*Alteraciones:  
 -Hapaloniquia: Sí  No   
 -Onicoquicia: Sí  No   
 -Oniquia punteada: Sí  No   
 -Onicorrexix: Sí  No   
 -Onicólisis: Sí  No   
 -Leuconiquia: Sí  No   
 -Onicogrifosis: Sí  No   
 -Uña manchada: Sí  No

\*¿Es alérgico a algún producto? Sí  No

\*Productos: \_\_\_\_\_

\*¿Se recomienda realizar tratamiento médico?: Sí  No

\*¿Se realiza servicio de montaje o maquillaje?: Sí  No

\*Servicio a realizar:  
 Tradicional  Semi  Forrado  Acrílico   
 Press on  Poly gel  Retoque  Retiro   
 Ninguno

\*Postcuidados o recomendaciones: \_\_\_\_\_

\*Autorización del cliente:  
 Yo \_\_\_\_\_, identificado con C.C. \_\_\_\_\_ autorizo libremente al profesional para que me realice el procedimiento antes mencionado y lo exonero de toda responsabilidad que este tuviere en reacción del proceso, ya que tuve toda la asesoría e indicaciones acerca de las consecuencias o resultados del mismo.

\*Firma cliente: \_\_\_\_\_ \*Firma profesional: \_\_\_\_\_

**Figura 17. Ficha técnica sección rostro**

### Ficha técnica facial

\*Fecha: \_\_\_\_\_  
 \*Nombre: \_\_\_\_\_  
 \*Dirección: \_\_\_\_\_  
 \*Teléfono: \_\_\_\_\_  
 \*Edad: \_\_\_\_\_

**MARCAR CON UNA X LA RESPUESTA**

\*Tipo de rostro

|                                     |                                   |  |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--|
| Ovalado <input type="checkbox"/>    | Cuadrado <input type="checkbox"/> | Redondo <input type="checkbox"/>             |
| Triangular <input type="checkbox"/> | Corazón <input type="checkbox"/>  | Triangulo invertido <input type="checkbox"/> |

---

\*Tipo de cutis

|                                |                               |                                |                                 |
|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Graso <input type="checkbox"/> | Seco <input type="checkbox"/> | Mixto <input type="checkbox"/> | Normal <input type="checkbox"/> |
|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|

\*Tipo de cejas:

|                                   |                                      |                                    |                                 |
|-----------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| Gruesas <input type="checkbox"/>  | Delgadas <input type="checkbox"/>    | Arqueadas <input type="checkbox"/> | Rectas <input type="checkbox"/> |
| Pobladas <input type="checkbox"/> | Despobladas <input type="checkbox"/> | Separadas <input type="checkbox"/> | Juntas <input type="checkbox"/> |

\*Tipo de ojos:

|  |   |   |
|--|---|---|
| Grandes <input type="checkbox"/>       | Pequeños <input type="checkbox"/>       | Hundidos <input type="checkbox"/>         |
| Unidos <input type="checkbox"/>        | Separados <input type="checkbox"/>      | Distancia normal <input type="checkbox"/> |
| Ovalados <input type="checkbox"/>      | Caídos <input type="checkbox"/>         | Asiáticos <input type="checkbox"/>        |
| Párpado caído <input type="checkbox"/> | Párpado amplio <input type="checkbox"/> |   |

\*Tipo de Pestañas:

|                                 |                                    |                                      |
|---------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| Lisas <input type="checkbox"/>  | Onduladas <input type="checkbox"/> | Cortas <input type="checkbox"/>      |
| Largas <input type="checkbox"/> | Pobladas <input type="checkbox"/>  | Despobladas <input type="checkbox"/> |

\*Tipo de Nariz:

|                                |                                  |                                     |
|--------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| Larga <input type="checkbox"/> | Corta <input type="checkbox"/>   | Curveada <input type="checkbox"/>   |
| Ancha <input type="checkbox"/> | Delgada <input type="checkbox"/> | Respingada <input type="checkbox"/> |

\*Tonalidad de la piel:

|                                    |                                 |   |
|------------------------------------|---------------------------------|---|
| Muy clara <input type="checkbox"/> | Clara <input type="checkbox"/>  | Clara intermedia <input type="checkbox"/> |
| Oliva <input type="checkbox"/>     | Oscura <input type="checkbox"/> | Muy oscura <input type="checkbox"/>       |

\*Colorimetría que más le favorece al cliente:

|                                   |                                 |                                    |                                |
|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| Invierno <input type="checkbox"/> | Verano <input type="checkbox"/> | Primavera <input type="checkbox"/> | Otoño <input type="checkbox"/> |
|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|

\*Alteraciones:

-Acné: Sí  No

-Cicatrices: Sí  No

-Sarpullido: Sí  No

-Vitiligo: Sí  No

-Verrugas: Sí  No

-Arrugas: Sí  No

-Hiperpigmentaciones: Sí  No

-Otras: \_\_\_\_\_

\*¿Es alérgico a algún producto cosmético? Sí  No

Productos: \_\_\_\_\_

\*¿Requiere limpieza facial? Sí  No

\*¿Requiere tratamiento médico? Sí  No

\*Tipo de maquillaje o servicio requerido

|                                 |                                      |  |
|---------------------------------|--------------------------------------|--|
| Novia <input type="checkbox"/>  | Quinceañera <input type="checkbox"/> | Evento de noche <input type="checkbox"/>     |
| Formal <input type="checkbox"/> | Informal <input type="checkbox"/>    | Estudio fotográfico <input type="checkbox"/> |

\*Color de vestuario y decoración del lugar

Vestido: \_\_\_\_\_ Accesorios: \_\_\_\_\_

Zapatos: \_\_\_\_\_ Decoración locación: \_\_\_\_\_

\*Postcuidados o recomendaciones: \_\_\_\_\_

---

\*Autorización del cliente:

Yo \_\_\_\_\_, identificado con C.C. \_\_\_\_\_ autorizo libremente al profesional para que me realice el procedimiento antes mencionado luego de tener toda la asesoría e indicaciones acerca de los resultados del mismo.

\*Firma cliente: \_\_\_\_\_ \*Firma profesional: \_\_\_\_\_

### 3.3. Flujograma de procesos

Se definen los siguientes procesos en función de las actividades principales de Atelier, las cuales se caracterizan en las secciones mencionadas en el portafolio de servicios (cabello, uñas y rostro). Con el fin de evidenciar las tareas o acciones que se deben realizar para llevar a cabo cada servicio, cada ciclo está representado por flechas de un color específico que permiten diferenciar las fases del mismo. No obstante, hay algunas actividades que tienen tareas en común, por lo que se encontrarán en un mismo cuadro de diálogo, pero el color de las flechas permitirá darle el sentido al ciclo.

Así mismo, se realiza la siguiente clasificación de formas y colores para la representación de los diagramas:

- **Ovalo:** indica el inicio y el fin del flujograma.
- **Cuadrado:** representa la etapa del proceso a través de acciones o tareas claras.
- ➔ **Flechas:** se encargan de marcar la dirección de los elementos o actividades principales del diagrama.
- ◆ **Rombo:** representa una decisión, generalmente de sí o no, que cambia la dirección de las siguientes etapas o fases.

Figura 18. Flujograma para la sección de cabello

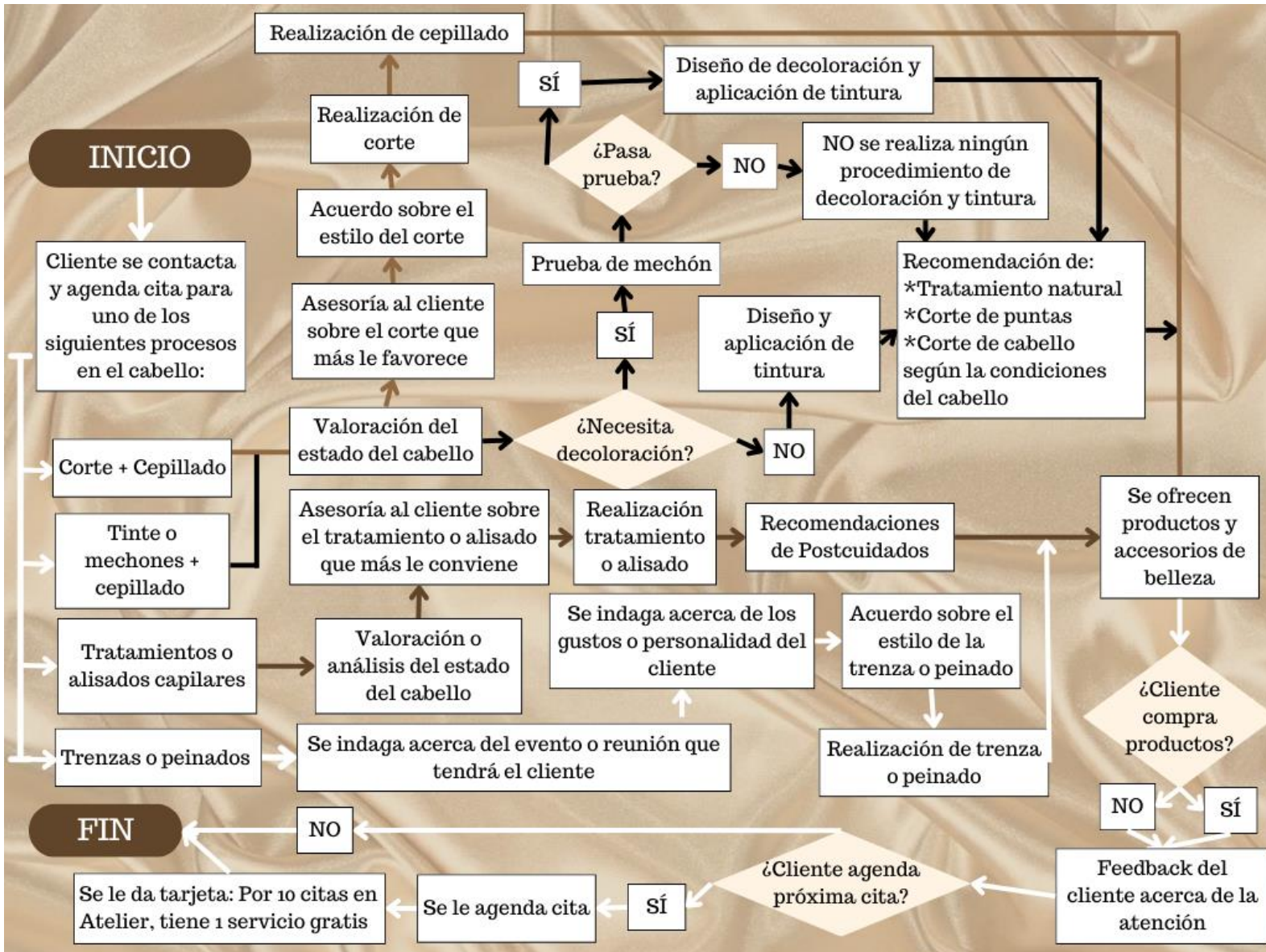


Figura 19. Flujograma para la sección de las uñas

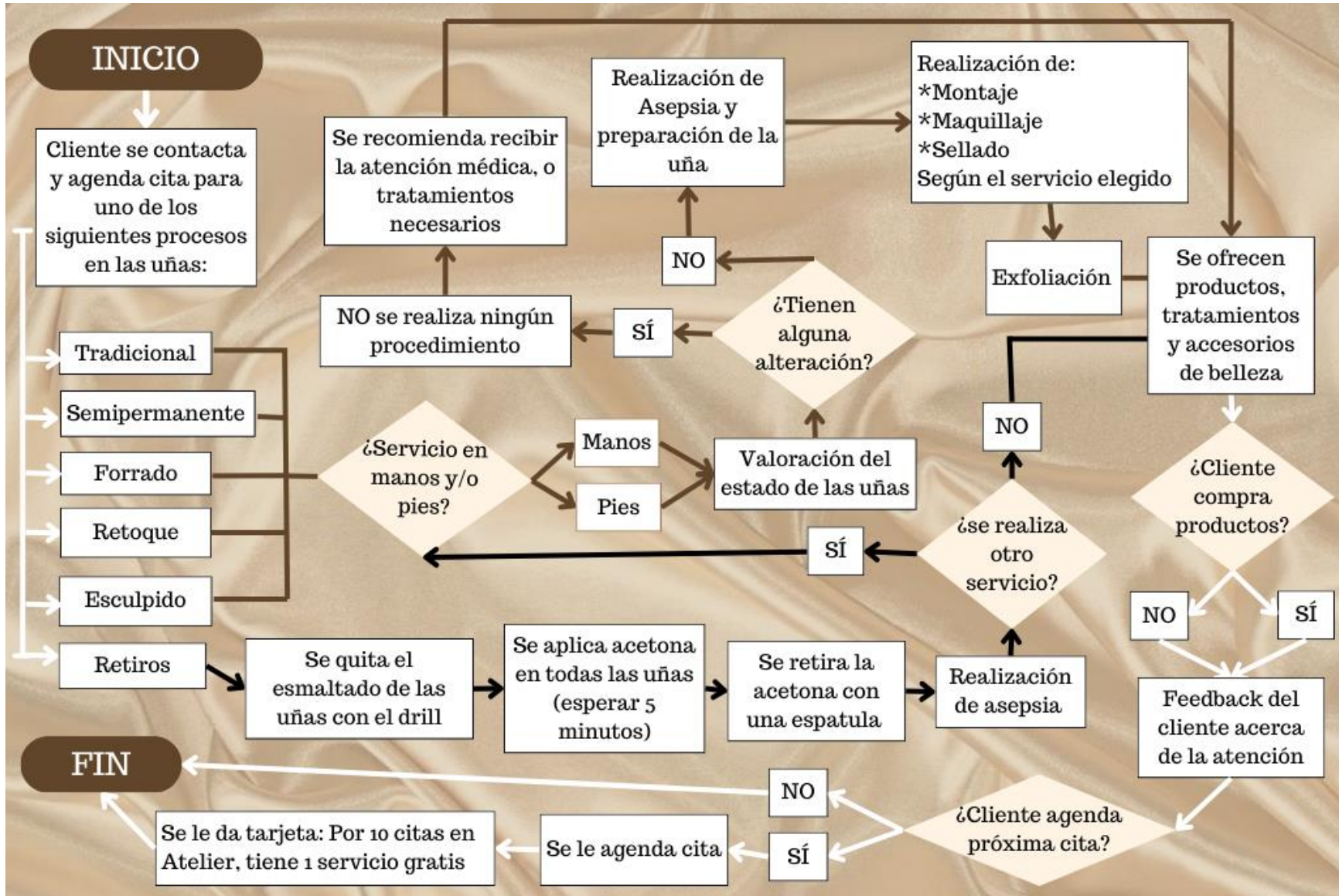


Figura 20. Flujograma para la sección del rostro



## **4. Módulo de organización, gestión y marco normativo**

### **4.1. Estrategia corporativa**

#### **4.1.1. Misión**

El salón de belleza Atelier se enfoca en impulsar la autoestima de los clientes de forma consciente y empática, liberándolos de los estándares de belleza impuestos por la sociedad. Nuestro compromiso es brindar una experiencia transformadora, centrándonos en el bienestar integral de cada persona, por ello, se busca crear una conexión con cada cliente que permita entender sus necesidades y deseos para generar atención personalizada.

#### **4.1.2. Visión**

Para el 2030 Atelier se visiona como uno de los salones de belleza más reconocidos en Medellín, debido que promueve el amor propio en sus clientes a través de la belleza consciente y desarrolla la prestación de sus servicios de forma sostenible y con calidad, con productos y técnicas naturales para cuidar el medio ambiente y la salud de las personas. Su posicionamiento permitirá que la marca se expanda hacia otros sectores de la ciudad generando nuevos empleos e impactando a la sociedad positivamente.

#### **4.1.3. Filosofía corporativa**

El salón de belleza Atelier está fundamentado en la filosofía de que la belleza no es sólo un factor externo o estético, sino una expresión auténtica de la esencia e identidad de cada persona.

### **4.2. Marco normativo**

Además de los factores legales expuestos en el análisis del sector para la apertura y operación, según la Gobernación de Antioquia (2024), la constitución de un salón de belleza o peluquería en Medellín implica la autorización de funcionamiento de la Secretaría Seccional de Salud y Protección social, para la realización de este trámite se deben presentar los siguientes documentos de forma física o por medio del portal web (aproximadamente en 2 días hábiles se da respuesta y se programa visita técnica):

Plano de planta del establecimiento indicando la distribución de las áreas.

Certificado de idoneidad del personal que llevará a cabo los servicios del establecimiento o certificado de estudios que acredita al personal como profesional de peluquería o del sector de la belleza.

Documento donde se relacionen los servicios a prestar.

Documento donde se relacionen los equipos o herramientas con que cuenta el local el establecimiento.

## Registro mercantil.

En este sentido, se debe realizar el Registro Único Tributario (RUT) como persona natural ante la DIAN (2024), este es el mecanismo que se usa para ubicar, clasificar y controlar a las personas que son sujetos de obligaciones tributarias conforme con las normas reglamentarias y legales vigentes. Dicho documento, permitirá que los terceros con quienes se sostenga una relación laboral, económica o comercial puedan identificar y acreditar la actividad económica del Salón de belleza registrada.

Así mismo, se matriculará la empresa siguiendo los pasos estipulados por la Cámara de Comercio de Medellín (2024) con el fin de autorizar y acreditar como comerciante persona natural a la propietaria, dentro del mes siguiente al que se inicie la actividad mercantil:

a) Se consulta la disponibilidad del nombre o razón social, para el registro de la empresa, en la página web del Registro Único Empresarial y Social (RUES), la cual se matriculará como “Salón de belleza Atelier”.

b) Se debe verificar en el Sistema Nacional de Registro de medidas correctivas impuestas por la Policía Nacional de Colombia (RNMC), que no existan multas con mora mayor a 6 meses por infringir las disposiciones que se encuentran en el Código Nacional de seguridad y convivencia ciudadana.

c) Se seleccionan los códigos de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que identifiquen las actividades a desarrollar en el establecimiento. Particularmente para Atelier sólo se encuentra el código 9602, correspondiente a peluquería y otros tratamientos de belleza, donde se incluyen actividades similares a:

-Lavado, corte y despuntado.

-Tintura, colorante.

-Alisado de cabello.

-Peinados ondulados.

-Servicio y montaje de uñas y pestañas postizas.

-Maquillaje facial por métodos no invasivos.

-Depilación por métodos no invasivos (pinzas, hilos, etc).

-Tratamientos cosméticos faciales, entre otros.

d) Se procede a realizar el diligenciamiento del formulario RUES, se debe hacer basándose en el código CIIU seleccionado para la actividad comercial. Además, en la sección de información financiera, se deben evidenciar los datos de los estados financieros con corte al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior (los datos los determina un contador).

e) Diligenciar el documento de anexo para otras entidades.

f) Según la ley 1780 de 2016 (Congreso de Colombia, 2016), si se cumplen con los siguientes requisitos el comerciante podrá acceder a la matrícula mercantil de forma gratuita:

-Tener entre 18 y 35 años de edad.

-La empresa debe tener menos de 50 trabajadores y activos que no superen los 5000 SMMLV.

-Presentar declaración donde se manifiesta ser el titular del aporte.

-Nombre e identificación de los colaboradores del establecimiento.

-Documento de identificación.

g) Para acceder a la renovación gratuita en el año próximo a la obtención de la Cámara de comercio, se deben cumplir además de mantener los requisitos anteriores, las siguientes condiciones:

-Copia de los estados financieros firmados por un contador.

-Renovar la matrícula dentro de los tres primeros meses del año.

-Demostrar el pago de los aportes al sistema de seguridad social integral y contribuciones como nómina, entre otros.

-Cumplir con las obligaciones tributarias.

#### **4.2.1. Modalidad de contrato de personal**

Debido a la filosofía y uno de los objetivos con que se crea el Salón de belleza, que es el brindar condiciones laborales dignas siguiendo la ley colombiana, se implementarán las contemplaciones que se mencionan en el Código sustantivo de trabajo (CST, 1951) para la vinculación de los trabajadores. En este caso, se aplicará el contrato a término fijo, definido en el Artículo 46 del CST (1951), como aquel contrato escrito caracterizado principalmente por tener fecha de inicio y de terminación que no debe superar los tres años, sin embargo, este puede tener una prórroga indeterminada cuando su vigencia sea superior a un año. No obstante, Atelier estipulará una duración de 6 meses, por lo que la prórroga mencionada se podrá dar cuando se haya extendido hasta por tres veces.

Ahora bien, existe la posibilidad de dar por terminado el contrato de acuerdo a la causa legal del numeral 1 (ítem c) del artículo 61 del CST (1951), de vencimiento del plazo pactado del contrato. De forma que, si ya no se requieren los servicios del trabajador, se le debe informar por medio de un preaviso con 30 días de anticipación a la finalización del tiempo pactado. Sin embargo, como política interna definida en los estatutos, se debe seguir un conducto regular para la intervención de casos donde haya faltas, o alguna inconformidad con el trabajador.

Igualmente, de forma general en este tipo de contrato se tienen las siguientes obligaciones

**Tabla 10. Obligaciones del contrato a Término fijo**

| Concepto   | Contrato laboral                                |
|--|---|
| Elemento esencial del contrato                         | Dependencia o subordinación                     |
| Partes involucradas                                    | Empleador y trabajador                          |
| Remuneración   | Salario   |
| Forma de prestación de servicio                        | Las actividades las debe realizar el trabajador |
| Jornada laboral y horario de trabajo                   | El trabajador debe cumplir por regla general    |
| Prestaciones sociales (prima de servicios y cesantías) | Sí se causan                                    |
| Vacaciones   | Sí aplica                                       |
| Afiliación y cotización a la seguridad social          | A cargo del empleador                           |

Finalmente, se anexará al contrato individual el reglamento de trabajo, definido en el Artículo 104 como el conjunto de reglas o normas que estipulan las condiciones que deben cumplir el empleador y el trabajador en la prestación del servicio (CST, 1951).

### **4.3. Obligaciones tributarias y fiscales**

De acuerdo a la formalización del Salón de belleza, y analizando los escenarios del sector, se considera que es más conveniente para Atelier el acceder de forma voluntaria al Régimen Simple de Tributación (RST) definido por la DIAN (2024) como el sistema de pago de diferentes impuestos que se declara anualmente, pero que se paga con anticipos bimestrales por medio electrónico con tarifas que varían entre 1,8% y 14,5%, dependiendo del rango de ingresos brutos como persona natural.

Dentro de los beneficios de este mecanismo se encuentra que:

Permitirá al negocio el no ser responsables del Impuesto sobre las ventas (IVA).

Los pagos por el concepto de aporte a pensiones de los trabajadores se pueden descontar del impuesto o anticipo a pagar del RST.

Se puede descontar del impuesto o anticipo a pagar del RST el 0,5% de los pagos que se reciban por medio de mecanismos electrónicos (bancarización).

Con una sola declaración anual se cumpliría con el deber formal de declarar varios impuestos como el Impuesto de renta, Ganancia ocasional e Industria y comercio (ICA). Además, con un solo recibo se anticipa el pago de los mismos.

El salón de belleza no estaría sujeto a practicar retenciones en la fuente a título de renta (excepto las laborales), ni de ICA.

Permitirá a Atelier estar exento del pago de parafiscales (SENA, ICBF, etc) según los términos del artículo 114-1 del Estatuto Tributario.

Debido a que se está emprendiendo, se podrá acceder al servicio de facturación electrónica de la DIAN de forma gratuita, teniendo en cuenta que se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- RUT actualizado con la información de las personas o representantes legales.
- Un dispositivo o medio electrónico.
- Acceso al correo registrado en el RUT.
- Certificado de firma digital.

#### **4.4. Conformación societaria**

En virtud de que la formalización de Atelier se realiza como persona natural no se puede realizar una clasificación de conformación societaria. Así pues, el propietario asume todas y cada una de las obligaciones o circunstancias que a futuro se puedan presentar, también es quien debe garantizar el cumplimiento de las obligaciones financieras que se puedan adquirir con el tiempo. El patrimonio de la persona natural estará conformado por los activos y los pasivos (Cámara de Comercio Medellín, 2024).

#### **4.5. Organigrama organizacional**

Se elige la estructura del organigrama horizontal, debido a que Atelier sólo cuenta con una figura de liderazgo y el resto de los colaboradores se encuentran en un mismo nivel de jerarquía. Cabe resaltar que, se establecen las áreas de trabajo y el personal requerido, siguiendo la asesoría de la profesional en belleza Maritza González y, principalmente a partir del análisis realizado en el recorrido en San Cristóbal, donde se pudo observar que la dinámica de las peluquerías o salones de belleza, actualmente no alcanza a suplir la demanda que tienen los clientes del sector, debido a que no hay un lugar que preste todos los servicios requeridos por los clientes. Por ende, Atelier decide crear un equipo de trabajo conformado por profesionales en las áreas designadas, con el fin de tener la capacidad de responder ante la necesidad latente del nicho de mercado.

**Figura 21. Organigrama**



#### 4.6. Gobernanza

Con el fin de fortalecer la organización, y para alinear los intereses de los *stakeholders* mencionados anteriormente, se implementará como estrategia la creación de la cultura organizacional centrada principalmente hacia las personas, que no sólo permitirá generar una dinámica de trabajo, sino que constituirá una identidad frente al entorno social y empresarial, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

**Normativas:** creadas siguiendo los lineamientos legales establecidos desde el Código Sustantivo del Trabajo, con el fin de establecer normas éticas que den lugar a los derechos y deberes del trabajador, el empleador y frente a la importancia que se le debe dar a la relación con el cliente.

**Profesionalismo:** es importante que las personas que van a hacer parte del equipo de trabajo cuenten con la preparación a nivel de conocimiento pero que también posean ciertos valores como el respeto, la puntualidad, la comprensión y la capacidad para tomar decisiones. Así pues, Atelier considera importante que los aspirantes visionen su profesión como parte de su proyecto de vida, pues se busca potenciar sus habilidades por medio de capacitaciones constantes acerca de nuevas

tendencias y técnicas, pero se hace necesario que se encuentren con la actitud y disposición para aprender.

**Comunicación:** se busca crear una relación y conexión con los trabajadores, lo que facilitará la comunicación entre ambas partes. En este sentido, es primordial que prime el respeto y la escucha, pues todo aporte se considera como valioso, ya que cada persona tiene una visión subjetiva que puede afectar o beneficiar la dinámica y el clima laboral.

**Resultados:** si bien se espera que los trabajadores generen buenos resultados, beneficiando la rentabilidad para Atelier, se busca que el personal realice su trabajo con amor y dedicación, que tengan una visión de crecimiento. Igualmente, se evaluará la actitud de los trabajadores frente a los riesgos y a situaciones que no son conocidas que puedan generar incertidumbre. Desde este punto, la empresa quiere fomentar momentos para encaminar a las personas hacia una perspectiva de oportunidad de innovación y crecimiento.

**Trabajador:** además del desarrollo de sus funciones, se evaluará su interés y proactividad frente a tareas complementarias o la toma de decisiones. Paralelamente, Atelier se preocupará por el bienestar profesional y personal de su equipo de trabajo, siempre buscará la forma de ayudarlos en cuanto a situaciones que los afecten. Así mismo, se busca que tengan un crecimiento personal, por lo que generará espacios de capacitación donde se potencie el ser, realizando introspección y se realicen seminarios que les permita reconocerse a sí mismos, esto porque Atelier considera que, si se tiene un bienestar y autoconocimiento de sí mismo, todos los demás aspectos de la vida se podrán gestionar.

En este sentido, la filosofía de la empresa se llevará a cabo a través del liderazgo mediante los principios de la inteligencia emocional (Goleman, 2013):

**Autogestión:** implica gestionar los sentimientos y comportamientos, con el fin de controlar las emociones positivas o negativas, y poder expresarlas de una manera adecuada que no afecte a nadie de su entorno, para lograrlo una persona debe contar con las siguientes características:

-La adaptabilidad: siendo la capacidad de una persona para adaptarse a cambios o circunstancias que se puedan presentar.

-Capacidad de triunfo: comprende trazar objetivos para trabajar y esforzarse en conseguirlas; significa convertirse en lo que realmente se quiere ser y lograr en la vida.

-Permanecer con una actitud positiva: tener una perspectiva o percepción positiva ante las adversidades y situaciones que se presenten; analizar lo positivo o beneficioso de todo lo que nos rodea.

**Consciencia emocional:** implica la identificación y el reconocimiento de los estados de ánimo, y los efectos que pueden tener en la toma de decisiones o la forma de actuar.

**Consciencia social:** ser una persona empática identificando y entendiendo los pensamientos, sentimientos o circunstancias de otras personas. Además, de desarrollar la consciencia organizativa reconociendo quiénes deben tomar las decisiones o aprender a tomarlas, comprendiendo las relaciones de poder y redes de contacto; esto para contemplar aquellos factores que podrían llegar a afectar a la organización.

**Gestión de las relaciones:** implica no sólo dar discursos positivos o motivacionales, sino que es convertirse en un ejemplo de cumplimiento de objetivos, permite que sus acciones y resultados hablen por sí mismos. Comprende el influir positivamente sobre los trabajadores y las personas que lo rodean, por medio de:

-La gestión de los conflictos: ser estratégico a la hora de presentarse un conflicto o desacuerdo, creando ideas o actividades que prevengan o transformen las confrontaciones en una relación de confianza o colaboración con una convivencia justa, equitativa y principalmente pacífica.

-Trabajo en equipo: colaboración y disposición para tener una estructura organizativa, que beneficie la elaboración conjunta de actividades o responsabilidades y la solución conjunta de problemas.

## 5. Módulo financiero

En el presente módulo se evidencian las cifras que darán soporte a la viabilidad financiera del salón de belleza Atelier. Por ende, para establecer la estructura de costes, se construye el Capex, donde se indica el requerimiento de muebles y herramientas necesarias para llevar a cabo la operación en la empresa. Cabe resaltar que, los valores mencionados son aproximados basados en cotizaciones realizadas.

### 5.1. Estructura de costes

#### 5.1.1. Capex

En primer lugar, al establecer el Capex se evidencia que el rubro de egresos más significativo para Atelier, se presenta en la adaptación del local y la distribución de los puestos de trabajo, siendo un egreso de \$14'865.000 COP aproximadamente. Hay que tener en cuenta que, debido a la calidad y el cuidado que se les debe dar a este tipo de muebles, permitirían una garantía de 2 años y una durabilidad hasta de 5 años. Igualmente, se observa que, para los insumos y productos necesarios iniciar la operación

en Atelier, se debe invertir \$8'784.000 COP aproximadamente. Por lo que se evidencia un rubro necesario de \$23'649.000 para iniciar la prestación de servicios de belleza.

**Tabla 11. Capex: muebles y herramientas adaptación del local**

| ITEM  | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | TOTAL                |
|---|----------|-----------------|----------------------|
| Lavacabezas   | 2        | \$ 500.000      | \$ 1.000.000         |
| Estación para manicure  | 2        | \$ 800.000      | \$ 1.600.000         |
| Estación para pedicure  | 1        | \$ 600.000      | \$ 600.000           |
| Esmalteros o estanterías para esmaltes y accesorios de uñas                                   | 6        | \$ 80.000       | \$ 480.000           |
| Organizadores de maquillaje   | 3        | \$ 40.000       | \$ 120.000           |
| Silla multifuncional o camilla para tratamientos de cejas y pestañas + silla para profesional | 1        | \$ 450.000      | \$ 450.000           |
| Silla con tocador, espejo y mesa auxiliar   | 3        | \$ 600.000      | \$ 1.800.000         |
| Sala de espera con mesa   | 1        | \$ 750.000      | \$ 750.000           |
| Espejos sencillos grandes   | 2        | \$ 70.000       | \$ 140.000           |
| Estanterías en madera   | 3        | \$ 250.000      | \$ 750.000           |
| Exhibidores de productos  | 3        | \$ 200.000      | \$ 600.000           |
| Vitrinas  | 3        | \$ 150.000      | \$ 450.000           |
| Set de tijeras profesionales  | 3        | \$ 180.000      | \$ 540.000           |
| Clippers o máquina de corte   | 2        | \$ 150.000      | \$ 300.000           |
| Rimmers o patilleras  | 2        | \$ 70.000       | \$ 140.000           |
| Secadores profesionales   | 3        | \$ 200.000      | \$ 600.000           |
| Plancha para alisados   | 1        | \$ 600.000      | \$ 600.000           |
| Planchas profesionales genéricas  | 2        | \$ 250.000      | \$ 500.000           |
| Pinzas profesionales de ondas   | 3        | \$ 150.000      | \$ 450.000           |
| Kit de peines   | 4        | \$ 40.000       | \$ 160.000           |
| Kit de cepillos para el cabello   | 3        | \$ 85.000       | \$ 255.000           |
| Drill pulidor para uñas   | 2        | \$ 100.000      | \$ 200.000           |
| Lámparas led  | 2        | \$ 140.000      | \$ 280.000           |
| Vaporizador facial  | 2        | \$ 80.000       | \$ 160.000           |
| Lockers 9 puestos   | 1        | \$ 750.000      | \$ 750.000           |
| Cocineta pequeña  | 1        | \$ 950.000      | \$ 950.000           |
| Silla butaco para cocina  | 3        | \$ 80.000       | \$ 240.000           |
| <b>TOTAL</b>  |          |                 | <b>\$ 14.865.000</b> |

**Tabla 12. Insumos operación**

| ITEM   | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | TOTAL        |
|--|----------|-----------------|--------------|
| Galón de shampoo para diferente tipo de cabellos   | 8        | \$ 38.000       | \$ 304.000   |
| Galón de acondicionador para diferente tipo de cabello   | 5        | \$ 80.000       | \$ 400.000   |
| Caja de ampollas y mascarillas para diferentes tipos de cabellos en distintas presentaciones   | 10       | \$ 20.000       | \$ 200.000   |
| Set de tinturas de diferentes marcas y tonos   | 4        | \$ 350.000      | \$ 1.400.000 |
| Alisadores o queratinas naturales  | 12       | \$ 90.000       | \$ 1.080.000 |
| Productos naturales para tratamientos capilares  | 12       | \$ 80.000       | \$ 960.000   |
| Kit de insumos básicos: toallas de mano, capas de procedimientos, cepillos o brochas para aplicación de tinturas o tratamientos, guantes profesionales, gorros para procesamiento de color, pinzas, ganchos, chulos, cauchos y accesorios para peinados, tazones o recipientes plásticos para mezclar productos, y atomizadores.   | 3        | \$ 350.000      | \$ 1.050.000 |
| Kits de asepsia para uñas desechable: como el algodón, toallas de papel, palitos de madera, separadores de dedos, limas e hisopos.   | 12       | \$ 30.000       | \$ 360.000   |
| Kit de asepsia para uñas que se deben desinfectar para cada servicio: empujador de cutículas, tijeras o pinzas para cortar las cutículas, cortaúñas, cepillo de uñas, limas, tablas de esmeril, pulidora de uñas, recipientes plásticos.   | 6        | \$ 80.000       | \$ 480.000   |
| Set de espaltes y bases tradicionales  | 1        | \$ 150.000      | \$ 150.000   |
| Set de esmaltes, preparadores, bases, selladores, accesorios, moldes, acetona para semipermanente  | 3        | \$ 250.000      | \$ 750.000   |
| Set para limpieza facial: Agua micelar, jabón natural para rostro, exfoliante facial, combo de extractores y removedores de puntos negros y acné, tónico para eliminar impurezas y sellar poros, mascarillas y cremas para regenerar e hidratar el rostro.   | 3        | \$ 75.000       | \$ 225.000   |
| Set para cejas: Espuma limpiadora, cepillo de cejas, cuchillas, pinzas, hilos depiladores, cremas limpiadoras, queratinas para laminado, fijadores neutralizantes de cejas, pegamentos e hidratantes, papel osmótico en rollo, paquetes de algodón, bigen o henna en diferentes tamaños, lápiz marcador para demarcación, medidores escalímetros, regla para diseño.   | 3        | \$ 70.000       | \$ 210.000   |
| Set para pestañas: Espuma limpiadora, cepillo para pestañas, cinta transpore, bigudíes para pestañas, pegamento de bigudíes, palos de naranja, copitos, pomos de algodón, parches de hidrogel, primer, gel perming, gel setting, sérum hidratante, crema neutralizadora, pincel para pestañas, pinzas, pestañas postizas en diferentes presentaciones o extensiones de distintos tamaños o efecto, pega de pestañas, super bonder. | 3        | \$ 95.000       | \$ 285.000   |

|   |   |            |                     |
|---|---|------------|---------------------|
| Set para skin care: jabón facial, agua micelar o gel limpiador, mascarilla facial, sérum con vitamina c, sérum con ácido hialurónico, contorno de ojos, crema hidratante, protector solar   | 3 | \$ 50.000  | \$ 150.000          |
| Set de cosméticos en diferentes tonos para maquillajes: base, corrector, contornos, polvo compacto, polvos sueltos, lápiz de ojos, delineador, pestañina, sombras, rubor líquido, rubor en polvo, iluminador, betún para cejas, labial, brillo, delineador de labios y sellador de maquillaje | 4 | \$ 150.000 | \$ 600.000          |
| Set de brochas profesionales para maquillaje  | 3 | \$ 60.000  | \$ 180.000          |
| <b>TOTAL</b>  |   |            | <b>\$ 8.784.000</b> |

Adicionalmente, se estima que la inversión inicial que se debe realizar en cuanto a los productos de belleza a comercializar, es de \$6´249.000 COP aproximadamente:

**Tabla 13. Productos para iniciar la comercialización**

| ITEM  | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | TOTAL      |
|---|----------|-----------------|------------|
| Shampoo   | 20       | \$ 9.000        | \$ 180.000 |
| Acondicionador  | 20       | \$ 8.000        | \$ 160.000 |
| Caja de tratamientos capilares en sobre   | 10       | \$ 5.000        | \$ 50.000  |
| Caja de tratamientos capilares en botella   | 10       | \$ 12.000       | \$ 120.000 |
| Caja de ampollas para el cabello  | 10       | \$ 6.000        | \$ 60.000  |
| Tinturas de diferente marca y tonos   | 30       | \$ 6.500        | \$ 195.000 |
| Esmalte de uñas tradicional   | 30       | \$ 3.500        | \$ 105.000 |
| Esmalte de uñas para semipermanente   | 30       | \$ 28.000       | \$ 840.000 |
| Set para skin care: jabón facial, agua micelar o gel limpiador, mascarilla facial, sérum con vitamina c, sérum con ácido hialurónico, contorno de ojos, crema hidratante, protector solar | 10       | \$ 50.000       | \$ 500.000 |
| Base  | 30       | \$ 5.000        | \$ 150.000 |
| Corrector de ojeras   | 30       | \$ 4.500        | \$ 135.000 |
| Contornos   | 30       | \$ 5.500        | \$ 165.000 |
| Polvo compacto  | 30       | \$ 6.500        | \$ 195.000 |
| Polvos sueltos  | 30       | \$ 7.000        | \$ 210.000 |
| Lápiz de ojos   | 30       | \$ 1.500        | \$ 45.000  |
| Delineadores  | 30       | \$ 5.000        | \$ 150.000 |
| Pestañina   | 30       | \$ 6.000        | \$ 180.000 |

|  |    |           |                     |
|--|----|-----------|---------------------|
| Paleta de sombras                          | 30 | \$ 12.000 | \$ 360.000          |
| Rubor líquido                              | 30 | \$ 7.500  | \$ 225.000          |
| Rubor en polvo                             | 30 | \$ 6.500  | \$ 195.000          |
| Iluminador                                 | 30 | \$ 6.500  | \$ 195.000          |
| Betún para cejas                           | 30 | \$ 4.500  | \$ 135.000          |
| Labial                                     | 30 | \$ 4.000  | \$ 120.000          |
| Brillo                                     | 30 | \$ 3.800  | \$ 114.000          |
| Delineador de labios                       | 30 | \$ 3.500  | \$ 105.000          |
| Sellador de maquillaje                     | 30 | \$ 8.000  | \$ 240.000          |
| Pestañas postizas                          | 30 | \$ 5.000  | \$ 150.000          |
| Combo de brochas sencillas para maquillaje | 10 | \$ 9.000  | \$ 90.000           |
| Anillos en rodio                           | 20 | \$ 5.500  | \$ 110.000          |
| Collares de fantasía                       | 20 | \$ 8.000  | \$ 160.000          |
| Cosmetiqueras                              | 10 | \$ 9.500  | \$ 95.000           |
| Bolsos pequeños                            | 10 | \$ 35.000 | \$ 350.000          |
| Caja de ganchos para el cabello            | 20 | \$ 1.500  | \$ 30.000           |
| Diademas para el cabello                   | 30 | \$ 2.500  | \$ 75.000           |
| Pinzas para el cabello                     | 30 | \$ 1.000  | \$ 30.000           |
| Chulos para el cabello                     | 30 | \$ 1.000  | \$ 30.000           |
| <b>TOTAL</b>                               |    |           | <b>\$ 6.249.000</b> |

En este sentido, se evidencia una inversión inicial de 29'898.000 para la operación y comercialización en Atelier.

### 5.1.2. Opex

Igualmente, se realiza el Opex donde se establecen con valores estimados, los recursos y personal necesarios para llevar a cabo la operación del Salón de belleza en el 2025:

**Tabla 14. Opex**

| <b>GASTOS FIJOS</b>           | <b>Mensual</b>      | <b>Valor total 2025</b> |
|-------------------------------|---------------------|-------------------------|
| Publicidad                    | \$ 100.000          | \$ 1.200.000            |
| <b>Gastos comerciales</b>     | <b>\$ 100.000</b>   | <b>\$ 1.200.000</b>     |
| Papelería                     | \$ 60.000           | \$ 720.000              |
| Arrendamiento                 | \$ 2.000.000        | \$ 24.000.000           |
| Internet                      | \$ 150.000          | \$ 1.800.000            |
| <b>Gastos Administrativos</b> | <b>\$ 2.210.000</b> | <b>\$ 26.520.000</b>    |
| Transporte y mensajería       | \$ 200.000          | \$ 2.400.000            |
| Agua                          | \$ 250.000          | \$ 3.000.000            |
| Energía                       | \$ 600.000          | \$ 7.200.000            |
| <b>Gastos operacionales</b>   | <b>\$ 1.050.000</b> | <b>\$ 12.600.000</b>    |
| <b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>     | <b>\$ 3.360.000</b> | <b>\$ 40.320.000</b>    |

*Tabla 15. Salarios*

| <b>SALARIO (COP)</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario Mensual</b> | <b>Valor total Mensual</b> | <b>Valor total 2025</b> |
|----------------------------------|-----------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| Contador (externo)               | 1               | \$ 700.000                    | \$ 700.000                 | \$ 8.400.000            |
| Administrador                    | 1               | \$ 3.000.000                  | \$ 3.000.000               | \$ 36.000.000           |
| <b>Finanzas y administración</b> | <b>2</b>        | <b>\$ 3.700.000</b>           | <b>\$ 3.700.000</b>        | <b>\$ 44.400.000</b>    |
| Manicurista y pedicurista        | 2               | \$ 2.000.000                  | \$ 4.000.000               | \$ 48.000.000           |
| Estilista                        | 4               | \$ 2.000.000                  | \$ 8.000.000               | \$ 96.000.000           |
| <b>Operaciones</b>               | <b>8</b>        | <b>\$ 4.000.000</b>           | <b>\$ 12.000.000</b>       | <b>\$ 144.000.000</b>   |
| <b>TOTAL GASTOS SALARIOS</b>     |                 |                               | <b>\$ 15.700.000</b>       | <b>\$ 188.400.000</b>   |

Según las tablas anteriores, se puede observar que en el primer mes de operación Atelier tendrá una responsabilidad de \$19'060.000 por concepto de gastos fijos y salarios de los trabajadores. Así mismo, realizando la proyección de éstos para el primer año de operación, se registraría un valor total de \$228'720.000.

### 5.1.3. Costeo y definición de precios

Ahora bien, se lleva a cabo el análisis de los costos y los ingresos de la prestación de cada uno de los servicios presentados en las secciones elegidas por Atelier. Para ello, se realiza la estimación de costos, basándose en valores aproximados generados en cotizaciones del centro de Medellín, y teniendo en cuenta la mano de obra y la materia prima requerida, temas que fueron asesorados por la profesional Maritza González. Además, para establecer los precios de los servicios se analizan los precios del mercado y principalmente de los competidores de Atelier, con fin de equilibrar la oferta del salón de belleza sin generar pérdida:

*Tabla 16. Costos e ingresos de venta sección cabello*

| Servicio en cabello                                     | Ítem    | Cantidad Mínima Mensual | Costo Unitario | Costo total Mensual | Costos 2025          | Precio unitario de venta | Ingresos mensuales   | Ingresos 2025         | Relación costos/ ingresos |
|---|---------|-------------------------|----------------|---------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|-----------------------|---------------------------|
| Corte de puntas   | MO Y MP | 12                      | \$ 3.000       | \$ 36.000           | \$ 432.000           | \$ 15.000                | \$ 180.000           | \$ 2.160.000          | 20%                       |
| Corte en cabello small                                  | MO Y MP | 16                      | \$ 4.000       | \$ 64.000           | \$ 768.000           | \$ 25.000                | \$ 400.000           | \$ 4.800.000          | 16%                       |
| Corte en cabello large                                  | MO Y MP | 16                      | \$ 4.000       | \$ 64.000           | \$ 768.000           | \$ 30.000                | \$ 480.000           | \$ 5.760.000          | 13%                       |
| Corte + Cepillado cabello Small                         | MO Y MP | 20                      | \$ 5.000       | \$ 100.000          | \$ 1.200.000         | \$ 35.000                | \$ 700.000           | \$ 8.400.000          | 14%                       |
| Corte + Cepillado cabello Large                         | MO Y MP | 20                      | \$ 7.000       | \$ 140.000          | \$ 1.680.000         | \$ 40.000                | \$ 800.000           | \$ 9.600.000          | 18%                       |
| Tintura base + Cepillado                                | MO Y MP | 8                       | \$ 10.000      | \$ 80.000           | \$ 960.000           | \$ 55.000                | \$ 440.000           | \$ 5.280.000          | 18%                       |
| Iluminaciones o mechones                                | MO Y MP | 8                       | \$ 20.000      | \$ 160.000          | \$ 1.920.000         | \$ 160.000               | \$ 1.280.000         | \$ 15.360.000         | 13%                       |
| Cirugía capilar   | MO Y MP | 12                      | \$ 15.000      | \$ 180.000          | \$ 2.160.000         | \$ 75.000                | \$ 900.000           | \$ 10.800.000         | 20%                       |
| Colágeno capilar  | MO Y MP | 12                      | \$ 14.000      | \$ 168.000          | \$ 2.016.000         | \$ 65.000                | \$ 780.000           | \$ 9.360.000          | 22%                       |
| SOS capilar   | MO Y MP | 15                      | \$ 20.000      | \$ 300.000          | \$ 3.600.000         | \$ 75.000                | \$ 1.125.000         | \$ 13.500.000         | 27%                       |
| Kplex capilar   | MO Y MP | 12                      | \$ 15.000      | \$ 180.000          | \$ 2.160.000         | \$ 70.000                | \$ 840.000           | \$ 10.080.000         | 21%                       |
| Alisado Power Liss Progressive                          | MO Y MP | 8                       | \$ 20.000      | \$ 160.000          | \$ 1.920.000         | \$ 140.000               | \$ 1.120.000         | \$ 13.440.000         | 14%                       |
| Alisado con Nanotecnología                              | MO Y MP | 8                       | \$ 22.000      | \$ 176.000          | \$ 2.112.000         | \$ 150.000               | \$ 1.200.000         | \$ 14.400.000         | 15%                       |
| Alisado Orgánico  | MO Y MP | 8                       | \$ 23.000      | \$ 184.000          | \$ 2.208.000         | \$ 120.000               | \$ 960.000           | \$ 11.520.000         | 19%                       |
| Alisado Vegano premium                                  | MO Y MP | 8                       | \$ 25.000      | \$ 200.000          | \$ 2.400.000         | \$ 160.000               | \$ 1.280.000         | \$ 15.360.000         | 16%                       |
| Trenzas delgadas sin accesorios, por sección de cabello | MO Y MP | 75                      | \$ 2.000       | \$ 150.000          | \$ 1.800.000         | \$ 7.000                 | \$ 525.000           | \$ 6.300.000          | 29%                       |
| Trenzas complejas o de todo el cabello, con accesorios  | MO Y MP | 60                      | \$ 5.000       | \$ 300.000          | \$ 3.600.000         | \$ 20.000                | \$ 1.200.000         | \$ 14.400.000         | 25%                       |
| Trenzas con kanekalon                                   | MO Y MP | 5                       | \$ 8.000       | \$ 40.000           | \$ 480.000           | \$ 40.000                | \$ 200.000           | \$ 2.400.000          | 20%                       |
| Peinados infantiles sencillos                           | MO Y MP | 12                      | \$ 3.000       | \$ 36.000           | \$ 432.000           | \$ 15.000                | \$ 180.000           | \$ 2.160.000          | 20%                       |
| Peinados infantiles con cintas y accesorios             | MO Y MP | 12                      | \$ 4.000       | \$ 48.000           | \$ 576.000           | \$ 30.000                | \$ 360.000           | \$ 4.320.000          | 13%                       |
| Peinados para eventos en cabello small                  | MO Y MP | 10                      | \$ 10.000      | \$ 100.000          | \$ 1.200.000         | \$ 60.000                | \$ 600.000           | \$ 7.200.000          | 17%                       |
| Peinados para eventos en cabello large                  | MO Y MP | 10                      | \$ 20.000      | \$ 200.000          | \$ 2.400.000         | \$ 80.000                | \$ 800.000           | \$ 9.600.000          | 25%                       |
| Crespos, ondas y ondas de sirena en cabello small       | MO Y MP | 15                      | \$ 8.000       | \$ 120.000          | \$ 1.440.000         | \$ 35.000                | \$ 525.000           | \$ 6.300.000          | 23%                       |
| Crespos, ondas y ondas de sirena en cabello large       | MO Y MP | 15                      | \$ 10.000      | \$ 150.000          | \$ 1.800.000         | \$ 50.000                | \$ 750.000           | \$ 9.000.000          | 20%                       |
| <b>TOTAL</b>  |         |                         |                | <b>\$ 3.336.000</b> | <b>\$ 40.032.000</b> |                          | <b>\$ 17.625.000</b> | <b>\$ 211.500.000</b> |                           |

**Tabla 17. Costos e ingresos de venta sección uñas**

| Servicio en uñas          | Ítem    | Cantidad Mínima Mensual | Costo Unitario | Costo total Mensual | Costos 2025          | Precio unitario de venta | Ingresos mensuales  | Ingresos 2025        | Relación costos/ ingresos |
|---------------------------|---------|-------------------------|----------------|---------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|
| Manicure tradicional      | MO Y MP | 8                       | \$ 5.000       | \$ 40.000           | \$ 480.000           | \$ 25.000                | \$ 200.000          | \$ 2.400.000         | 20%                       |
| Pedicure tradicional      | MO Y MP | 8                       | \$ 5.000       | \$ 40.000           | \$ 480.000           | \$ 20.000                | \$ 160.000          | \$ 1.920.000         | 25%                       |
| Semipermanente en manos   | MO Y MP | 16                      | \$ 9.000       | \$ 144.000          | \$ 1.728.000         | \$ 45.000                | \$ 720.000          | \$ 8.640.000         | 20%                       |
| Semipermanente en pies    | MO Y MP | 8                       | \$ 7.000       | \$ 56.000           | \$ 672.000           | \$ 35.000                | \$ 280.000          | \$ 3.360.000         | 20%                       |
| Baño de acrílico          | MO Y MP | 8                       | \$ 9.000       | \$ 72.000           | \$ 864.000           | \$ 60.000                | \$ 480.000          | \$ 5.760.000         | 15%                       |
| Uñas Press on             | MO Y MP | 10                      | \$ 12.000      | \$ 120.000          | \$ 1.440.000         | \$ 80.000                | \$ 800.000          | \$ 9.600.000         | 15%                       |
| Retoque Press on          | MO Y MP | 10                      | \$ 9.000       | \$ 90.000           | \$ 1.080.000         | \$ 60.000                | \$ 600.000          | \$ 7.200.000         | 15%                       |
| Forrado con Poly gel      | MO Y MP | 12                      | \$ 15.000      | \$ 180.000          | \$ 2.160.000         | \$ 80.000                | \$ 960.000          | \$ 11.520.000        | 19%                       |
| Retoque de Poly gel       | MO Y MP | 12                      | \$ 12.000      | \$ 144.000          | \$ 1.728.000         | \$ 60.000                | \$ 720.000          | \$ 8.640.000         | 20%                       |
| Forrado en acrílico       | MO Y MP | 12                      | \$ 15.000      | \$ 180.000          | \$ 2.160.000         | \$ 80.000                | \$ 960.000          | \$ 11.520.000        | 19%                       |
| Acrílicas esculpidas      | MO Y MP | 12                      | \$ 18.000      | \$ 216.000          | \$ 2.592.000         | \$ 100.000               | \$ 1.200.000        | \$ 14.400.000        | 18%                       |
| Retoque de acrílico       | MO Y MP | 12                      | \$ 12.000      | \$ 144.000          | \$ 1.728.000         | \$ 70.000                | \$ 840.000          | \$ 10.080.000        | 17%                       |
| Retiro semipermanente     | MO Y MP | 10                      | \$ 2.000       | \$ 20.000           | \$ 240.000           | \$ 8.000                 | \$ 80.000           | \$ 960.000           | 25%                       |
| Retiro acrílico           | MO Y MP | 8                       | \$ 4.000       | \$ 32.000           | \$ 384.000           | \$ 10.000                | \$ 80.000           | \$ 960.000           | 40%                       |
| Reposición de uña partida | MO Y MP | 5                       | \$ 1.000       | \$ 5.000            | \$ 60.000            | \$ 5.000                 | \$ 25.000           | \$ 300.000           | 20%                       |
| <b>TOTAL</b>              |         |                         |                | <b>\$ 1.483.000</b> | <b>\$ 17.796.000</b> |                          | <b>\$ 8.105.000</b> | <b>\$ 97.260.000</b> |                           |

**Tabla 18. Costos e ingresos de venta sección del rostro**

| Servicio en el rostro                         | Ítem    | Cantidad Mínima Mensual | Costo Unitario | Costo total Mensual | Costos 2025          | Precio unitario de venta | Ingresos mensuales  | Ingresos 2025        | Relación costos/ ingresos |
|---|---------|-------------------------|----------------|---------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|
| Limpieza facial básica                        | MO Y MP | 8                       | \$ 12.000      | \$ 96.000           | \$ 1.152.000         | \$ 55.000                | \$ 440.000          | \$ 5.280.000         | 22%                       |
| Limpieza facial profunda                      | MO Y MP | 12                      | \$ 16.000      | \$ 192.000          | \$ 2.304.000         | \$ 75.000                | \$ 900.000          | \$ 10.800.000        | 21%                       |
| Diseño y depilación de cejas con cuchilla     | MO Y MP | 15                      | \$ 2.000       | \$ 30.000           | \$ 360.000           | \$ 5.000                 | \$ 75.000           | \$ 900.000           | 40%                       |
| Diseño y depilación de cejas con pinzas       | MO Y MP | 8                       | \$ 4.000       | \$ 32.000           | \$ 384.000           | \$ 8.000                 | \$ 64.000           | \$ 768.000           | 50%                       |
| Diseño y depilación de cejas con hilos        | MO Y MP | 10                      | \$ 6.000       | \$ 60.000           | \$ 720.000           | \$ 15.000                | \$ 150.000          | \$ 1.800.000         | 40%                       |
| Diseño de cejas con henna o bigen             | MO Y MP | 12                      | \$ 8.000       | \$ 96.000           | \$ 1.152.000         | \$ 25.000                | \$ 300.000          | \$ 3.600.000         | 32%                       |
| Laminado de cejas                             | MO Y MP | 10                      | \$ 12.000      | \$ 120.000          | \$ 1.440.000         | \$ 55.000                | \$ 550.000          | \$ 6.600.000         | 22%                       |
| Lifting de pestañas                           | MO Y MP | 10                      | \$ 12.000      | \$ 120.000          | \$ 1.440.000         | \$ 55.000                | \$ 550.000          | \$ 6.600.000         | 22%                       |
| Aplicación de pestañas postizas punto a punto | MO Y MP | 15                      | \$ 10.000      | \$ 150.000          | \$ 1.800.000         | \$ 35.000                | \$ 525.000          | \$ 6.300.000         | 29%                       |
| Extensión de pestañas efecto natural          | MO Y MP | 12                      | \$ 12.000      | \$ 144.000          | \$ 1.728.000         | \$ 65.000                | \$ 780.000          | \$ 9.360.000         | 18%                       |
| Extensión de pestañas efecto rimel            | MO Y MP | 8                       | \$ 12.000      | \$ 96.000           | \$ 1.152.000         | \$ 75.000                | \$ 600.000          | \$ 7.200.000         | 16%                       |
| Extensión de pestañas efecto ruso             | MO Y MP | 4                       | \$ 12.000      | \$ 48.000           | \$ 576.000           | \$ 80.000                | \$ 320.000          | \$ 3.840.000         | 15%                       |
| Maquillaje de día                             | MO Y MP | 12                      | \$ 15.000      | \$ 180.000          | \$ 2.160.000         | \$ 45.000                | \$ 540.000          | \$ 6.480.000         | 33%                       |
| Maquillaje social o de noche                  | MO Y MP | 16                      | \$ 20.000      | \$ 320.000          | \$ 3.840.000         | \$ 60.000                | \$ 960.000          | \$ 11.520.000        | 33%                       |
| Maquillaje de novia                           | MO Y MP | 4                       | \$ 25.000      | \$ 100.000          | \$ 1.200.000         | \$ 85.000                | \$ 340.000          | \$ 4.080.000         | 29%                       |
| Maquillaje de quinceañera                     | MO Y MP | 6                       | \$ 25.000      | \$ 150.000          | \$ 1.800.000         | \$ 75.000                | \$ 450.000          | \$ 5.400.000         | 33%                       |
| <b>TOTAL</b>                                  |         |                         |                | <b>\$ 1.934.000</b> | <b>\$ 23.208.000</b> |                          | <b>\$ 7.544.000</b> | <b>\$ 90.528.000</b> |                           |

En este sentido, se identifican para el 2025 unos costos del portafolio de servicios por un total de \$81'036.000 COP aproximadamente, y a su vez, se estiman unos ingresos de \$399'288.000 COP aproximadamente. Luego de constituir el portafolio con los precios, se evidencia que la relación de ingresos/costos en promedio para la sección del cabello es del del 81%, para la sección de las uñas es del 79% y para la sección del rostro es del 71% aproximadamente antes de impuestos. Adicionalmente, se proyectan los ingresos de los productos a comercializar por \$124'020.000 COP, teniendo como base la misma cantidad de insumos comprados:

**Tabla 19. Ingresos productos comercializados**

| Ítem  | Cantidad Mínima Mensual | Precio de venta | Ingresos mensuales | Ingresos 2025 |
|---|-------------------------|-----------------|--------------------|---------------|
| Shampoo   | 20                      | \$ 13.000       | \$ 260.000         | \$ 3.120.000  |
| Acondicionador  | 20                      | \$ 13.000       | \$ 260.000         | \$ 3.120.000  |
| Tratamientos capilares en sobre   | 10                      | \$ 1.500        | \$ 15.000          | \$ 180.000    |
| Tratamientos capilares en botella   | 10                      | \$ 16.000       | \$ 160.000         | \$ 1.920.000  |
| Ampollas para el cabello  | 10                      | \$ 4.500        | \$ 45.000          | \$ 540.000    |
| Tinturas de diferente marca y tonos   | 30                      | \$ 12.000       | \$ 360.000         | \$ 4.320.000  |
| Esmalte de uñas tradicional   | 30                      | \$ 7.500        | \$ 225.000         | \$ 2.700.000  |
| Esmalte de uñas para semipermanente   | 30                      | \$ 45.000       | \$ 1.350.000       | \$ 16.200.000 |
| Set para skin care: jabón facial, agua micelar o gel limpiador, mascarilla facial, sérum con vitamina c, sérum con ácido hialurónico, contorno de ojos, crema hidratante, protector solar | 10                      | \$ 65.000       | \$ 650.000         | \$ 7.800.000  |
| Base  | 30                      | \$ 15.000       | \$ 450.000         | \$ 5.400.000  |
| Corrector de ojeras   | 30                      | \$ 11.000       | \$ 330.000         | \$ 3.960.000  |
| Contornos   | 30                      | \$ 9.500        | \$ 285.000         | \$ 3.420.000  |
| Polvo compacto  | 30                      | \$ 9.500        | \$ 285.000         | \$ 3.420.000  |
| Polvos sueltos  | 30                      | \$ 13.000       | \$ 390.000         | \$ 4.680.000  |
| Lápiz de ojos   | 30                      | \$ 2.500        | \$ 75.000          | \$ 900.000    |
| Delineadores  | 30                      | \$ 12.500       | \$ 375.000         | \$ 4.500.000  |
| Pestañina   | 30                      | \$ 12.000       | \$ 360.000         | \$ 4.320.000  |
| Paleta de sombras   | 30                      | \$ 18.000       | \$ 540.000         | \$ 6.480.000  |
| Rubor líquido   | 30                      | \$ 12.000       | \$ 360.000         | \$ 4.320.000  |
| Rubor en polvo  | 30                      | \$ 8.500        | \$ 255.000         | \$ 3.060.000  |
| Iluminador  | 30                      | \$ 8.500        | \$ 255.000         | \$ 3.060.000  |
| Betún para cejas  | 30                      | \$ 7.500        | \$ 225.000         | \$ 2.700.000  |
| Labial  | 30                      | \$ 6.500        | \$ 195.000         | \$ 2.340.000  |
| Brillo  | 30                      | \$ 6.000        | \$ 180.000         | \$ 2.160.000  |
| Delineador de labios  | 30                      | \$ 6.500        | \$ 195.000         | \$ 2.340.000  |
| Sellador de maquillaje  | 30                      | \$ 14.000       | \$ 420.000         | \$ 5.040.000  |
| Pestañas postizas   | 30                      | \$ 9.000        | \$ 270.000         | \$ 3.240.000  |

|  |    |           |                      |                       |
|--|----|-----------|----------------------|-----------------------|
| Combo de brochas sencillas para maquillaje | 10 | \$ 14.500 | \$ 145.000           | \$ 1.740.000          |
| Anillos en rodio                           | 20 | \$ 12.000 | \$ 240.000           | \$ 2.880.000          |
| Collares de fantasía                       | 20 | \$ 15.000 | \$ 300.000           | \$ 3.600.000          |
| Cosmetiqueras                              | 10 | \$ 14.000 | \$ 140.000           | \$ 1.680.000          |
| Bolsos pequeños                            | 10 | \$ 45.000 | \$ 450.000           | \$ 5.400.000          |
| Caja de ganchos para el cabello            | 20 | \$ 2.500  | \$ 50.000            | \$ 600.000            |
| Diademas para el cabello                   | 30 | \$ 4.000  | \$ 120.000           | \$ 1.440.000          |
| Pinzas para el cabello                     | 30 | \$ 2.000  | \$ 60.000            | \$ 720.000            |
| Kit x 3 Chulos para el cabello             | 30 | \$ 2.000  | \$ 60.000            | \$ 720.000            |
| <b>TOTAL</b>                               |    |           | <b>\$ 10.335.000</b> | <b>\$ 124.020.000</b> |

Así pues, para el primer año de operación se registrarían unos ingresos antes de impuestos por un valor de \$523'308.000 COP, los cuales servirían como base para cumplir con los gastos fijos de la empresa, el pago de los trabajadores y para reabastecer los productos para la operación y comercialización de Atelier.

## 5.2. Estado financiero Atelier

Se realiza el análisis de la situación financiera para identificar la proyección de Atelier durante los primeros cinco años de operación, para ello, se tuvo en cuenta indicadores como el PIB y la inflación:

**Tabla 20. Estado de resultados**

| ESTADO DE RESULTADOS                                   | Mensual              | 2025                  | 2026                  | 2027                  | 2028                  | 2029                  |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ventas x servicios de belleza                          | \$ 33.274.000        | \$ 399.288.000        | \$ 447.202.560        | \$ 500.866.867        | \$ 570.988.229        | \$ 650.926.581        |
| Costo de ventas  | \$ 6.753.000         | \$ 81.036.000         | \$ 90.760.320         | \$ 101.651.558        | \$ 115.882.777        | \$ 132.106.365        |
| <b>Utilidad bruta</b>                                  | <b>\$ 26.521.000</b> | <b>\$ 318.252.000</b> | <b>\$ 356.442.240</b> | <b>\$ 399.215.309</b> | <b>\$ 455.105.452</b> | <b>\$ 518.820.215</b> |
| Salarios   | \$ 15.700.000        | \$ 188.400.000        | \$ 211.008.000        | \$ 236.328.960        | \$ 269.415.014        | \$ 307.133.116        |
| Otros gastos fijos                                     | \$ 3.360.000         | \$ 40.320.000         | \$ 45.158.400         | \$ 50.577.408         | \$ 57.658.245         | \$ 65.730.399         |
| <b>Gastos fijos</b>                                    | <b>\$ 19.060.000</b> | <b>\$ 228.720.000</b> | <b>\$ 256.166.400</b> | <b>\$ 286.906.368</b> | <b>\$ 327.073.260</b> | <b>\$ 372.863.516</b> |
| <b>Utilidad operacional</b>                            | <b>\$ 7.461.000</b>  | <b>\$ 89.532.000</b>  | <b>\$ 100.275.840</b> | <b>\$ 112.308.941</b> | <b>\$ 128.032.193</b> | <b>\$ 145.956.699</b> |
| Otros ingresos (comercialización productos de belleza) | \$ 10.335.000        | \$ 124.020.000        | \$ 138.902.400        | \$ 155.570.688        | \$ 177.350.584        | \$ 202.179.666        |
| Egresos extraordinarios                                | \$ 500.000           | \$ 6.000.000          | \$ 6.720.000          | \$ 7.526.400          | \$ 8.580.096          | \$ 9.781.309          |
| Capacitación   | \$ 2.000.000         | \$ 24.000.000         | \$ 26.880.000         | \$ 30.105.600         | \$ 34.320.384         | \$ 39.125.238         |
| <b>Utilidad antes de impuestos</b>                     | <b>\$ 15.296.000</b> | <b>\$ 183.552.000</b> | <b>\$ 205.578.240</b> | <b>\$ 230.247.629</b> | <b>\$ 262.482.297</b> | <b>\$ 299.229.818</b> |
| % Estimado de impuestos (35%)                          | \$ 5.353.600         | \$ 64.243.200         | \$ 71.952.384         | \$ 80.586.670         | \$ 97.118.450         | \$ 110.715.033        |
| <b>Utilidad Neta periodo</b>                           | <b>\$ 9.942.400</b>  | <b>\$ 119.308.800</b> | <b>\$ 133.625.856</b> | <b>\$ 149.660.959</b> | <b>\$ 165.363.847</b> | <b>\$ 188.514.786</b> |

El estado de resultados, se construye teniendo como base para la proyección los porcentajes de incremento del salario mínimo y, la tarifa general del impuesto a la renta hasta el año 2027. Luego, se analiza con un incremento estimado proporcional al de los

últimos cinco años en Colombia del 14% y 37% respectivamente. En este sentido, se puede observar que, durante los cinco años el Salón de belleza tendría un crecimiento y rentabilidad constante, pues está obteniendo un margen neto de utilidad del 28%. Con dicho margen, se estaría cumpliendo con los gastos y el pago de impuestos, evidenciando la efectividad del manejo de los recursos, los costos, gastos y la capacidad de convertir las ventas en utilidades.

### 5.2.1. Tabla 21. Flujo de caja

| Flujo de caja                           | 2025                 | 2026                 | 2027                 | 2028                 | 2029                 |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ingresos (servicios y comercialización) | \$ 523.308.000       | \$ 586.104.960       | \$ 656.437.555       | \$ 748.338.813       | \$ 853.106.247       |
| Costos (servicios y comercialización)   | -\$ 156.024.000      | -\$ 174.746.880      | -\$ 195.716.506      | -\$ 223.116.816      | -\$ 254.353.171      |
| Salarios                                | -\$ 188.400.000      | -\$ 211.008.000      | -\$ 236.328.960      | -\$ 269.415.014      | -\$ 307.133.116      |
| Otros gastos fijos                      | -\$ 40.320.000       | -\$ 45.158.400       | -\$ 50.577.408       | -\$ 57.658.245       | -\$ 65.730.399       |
| Impuestos                               | -\$ 64.243.200       | -\$ 71.952.384       | -\$ 80.586.670       | -\$ 97.118.450       | -\$ 110.715.033      |
| Egresos extraordinarios                 | -\$ 6.000.000        | -\$ 6.720.000        | -\$ 7.526.400        | -\$ 8.580.096        | -\$ 9.781.309        |
| Capacitación                            | -\$ 24.000.000       | -\$ 26.880.000       | -\$ 30.105.600       | -\$ 34.320.384       | -\$ 39.125.238       |
| <b>Flujo de caja operativo</b>          | <b>\$ 44.320.800</b> | <b>\$ 49.639.296</b> | <b>\$ 55.596.012</b> | <b>\$ 58.129.807</b> | <b>\$ 66.267.980</b> |
| Inversión en activos fijos              | \$ 14.865.000        | 0                    | 0                    | 0                    | 0                    |
| <b>Flujo de caja libre</b>              | <b>\$ 29.455.800</b> | <b>\$ 49.639.296</b> | <b>\$ 55.596.012</b> | <b>\$ 58.129.807</b> | <b>\$ 66.267.980</b> |
| Aporte adicional del dueño              | \$ 10.000.000        | \$ 10.000.000        | \$ 10.000.000        | \$ 10.000.000        | \$ 10.000.000        |
| <b>Flujo de caja del negocio</b>        | <b>\$ 19.455.800</b> | <b>\$ 39.639.296</b> | <b>\$ 45.596.012</b> | <b>\$ 48.129.807</b> | <b>\$ 56.267.980</b> |

Al realizar el flujo de caja de Atelier, se encontró que presenta aumentos durante la proyección a 5 años, lo que significa que los ingresos han sido mayores a los egresos, generando un mayor control sobre las finanzas, que permitirá el destinar los recursos de forma eficiente.

### 5.3. VPN y TIR del proyecto

*Tabla 22. VPN, TIR, CAUE*

|                |                      |
|----------------|----------------------|
| <b>TASA</b>    | 12,25%               |
| <b>PERIODO</b> | <b>FLUJO DE CAJA</b> |
| 0              | -\$ 48.958.000       |
| 1              | \$ 19.455.800        |
| 2              | \$ 39.639.296        |
| 3              | \$ 45.596.012        |
| 4              | \$ 48.129.807        |
| 5              | \$ 56.267.980        |
| <b>VPN</b>     | <b>\$ 93.961.919</b> |
| <b>TIR</b>     | <b>63%</b>           |
| <b>CAUE</b>    | <b>\$ 26.227.577</b> |

Se calcula un valor presente neto (VPN) positivo de \$93'961.919 COP, y una tasa interna de retorno (TIR) del 63%, es decir, mayor a la tasa de descuento del Banco de la república que se ubica en un 12,65% para el 2024, por lo que se concluye que el plan negocio es una oportunidad viable. Así mismo, al calcular el CAUE se evidencia realmente lo que Atelier va a recibir a partir del quinto año, se generarían en promedio \$26'227.577 COP.

## 6. Resultado del plan de negocios

### 6.1. Recomendaciones

Para lograr mayores índices de competitividad y rentabilidad en la industria de la belleza, se le recomienda a Atelier que la constitución del salón de belleza se implemente basándose en el presente plan de negocio, ya que este describe la planeación de la operación en áreas esenciales como finanzas, administración, mercadeo, etc. A su vez, se analizan las estrategias que generarían un valor agregado y una diferenciación de la prestación de servicios en el corregimiento de San Cristóbal.

Igualmente, si bien se realizó una investigación y análisis de forma exhaustiva sobre el mercado de los salones de belleza y peluquerías en Colombia y, específicamente en Medellín, al ser un sector que opera normalmente informalmente y se conoce poco de los negocios que se han formalizado y cómo ha sido su experiencia, es decir, no se tienen muchos referentes. Se recomienda que, para llevar a cabo el plan de negocio, Atelier busque el acompañamiento necesario para que se asesore, por ejemplo, con los aliados expertos que tiene la Cámara de comercio de Medellín, asegurándose de realizar todo el proceso de legalización establecido en el país, respetando la normatividad y legislación vigente.

Así mismo, con el fin de establecer un equipo de trabajo donde se evidencie un ambiente laboral ameno, se recomienda el generar espacios de capacitación para los trabajadores no sólo en nuevas tendencias de belleza y cuidado personal, sino también con el fin de potenciar su ser. En cuanto a la administradora (dueña), también se recomienda que

tenga espacios de aprendizaje, para ejecutar un liderazgo enfocado en la inteligencia emocional, que permitirá el implementar una cultura organizacional centrada en el desarrollo personal. Por ello, se propone el realizar talleres de autogestión, consciencia emocional y social que implica el reconocer las emociones y estados de ánimo de sí mismos y de los demás; con el fin de aprender a gestionar las relaciones por medio de comunicación asertiva, resolución de conflictos y trabajo en equipo.

Por otra parte, cuando la empresa se encuentre posicionada, y se planea la expansión de la marca para posicionarse en el resto de la ciudad de Medellín, se recomienda llevar a cabo una conformación societaria que le permita desarrollarse de una forma más rentable, debido a la oportunidad de inversión y de generar lazos comerciales que potencien su desarrollo. Así mismo, se aconseja el analizar la posibilidad de importar directamente productos naturales con países pertenecientes al acuerdo comercial de Colombia, para definir si le conviene más a la empresa o si por el contrario debe mantener proveedores nacionales.

## **6.2. Consideraciones finales**

Luego de analizar las condiciones del mercado del sector de la belleza en Colombia, y específicamente en el corregimiento de San Cristóbal de Medellín, donde se ubicará el Salón de belleza Atelier, se pudo caracterizar a los clientes objetivo de Atelier, estos se distribuyen en tres segmentos de edades: adolescentes de 13 a 18 años, jóvenes de 19 a 24 años y adultos de 25 a 30 años, los servicios se dirigen principalmente hacia las mujeres, ya que al llevar a cabo el estudio, se encontró que ellas son las que más demandan este tipo de servicio y que además son las que tienen mayor presencia en cuanto a la fuerza laboral de la industria.

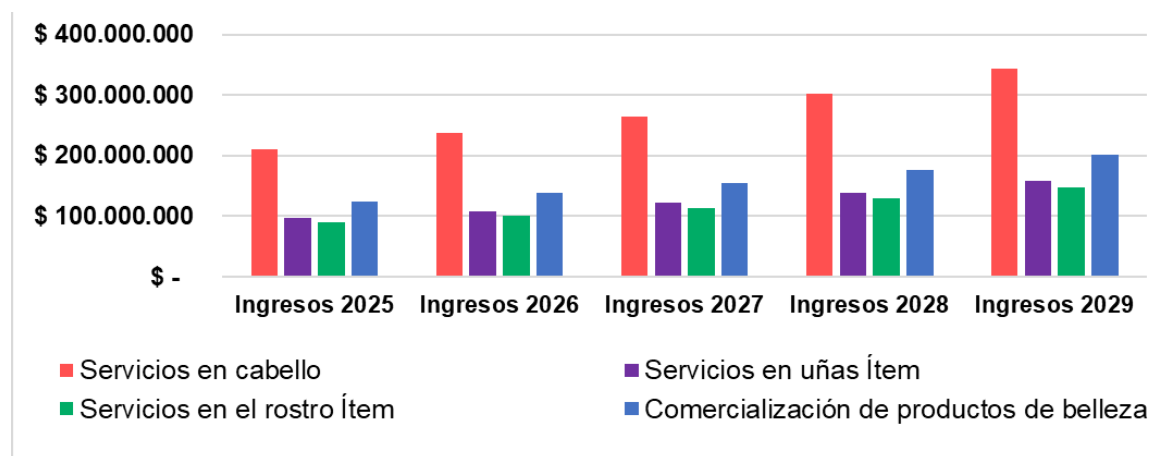
Igualmente, para llevar a cabo el inicio de las operaciones de la empresa en el primer semestre del 2025, se estableció la factibilidad técnica, operativa y administrativa de Atelier, con el fin de detallar cómo será su infraestructura física, en cuanto a muebles e insumos, los medios *online* necesarios, que en este caso serían las redes sociales para promocionar los servicios, productos, publicar videos con tutoriales de maquillaje y consejos o cuidados personales. Además, se evidencia la infraestructura técnica detallando los instrumentos, herramientas, fichas técnicas y conocimientos del personal necesarios para la prestación de los servicios ofertados, por lo que se describen los perfiles profesionales para los 6 trabajadores que ingresarán al Salón de belleza, y la distribución de sus responsabilidades.

En este sentido, el Salón de belleza entiende la importancia del papel de los trabajadores para su crecimiento empresarial, por lo que se busca crear un ambiente laboral sano donde se cumplan con las normativas establecidas, además, por medio del profesionalismo se logrará generar una comunicación asertiva y en consecuencia una

identidad del equipo de trabajo y frente a los clientes, lo que traerá consigo los resultados esperados que se reflejan en la misión y visión de Atelier.

Finalmente, se determinó la viabilidad financiera del plan de negocio del Salón de belleza Atelier, con el fin de proyectar cómo se posicionará en el mercado, cuáles van a ser sus servicios y tarifas, y qué productos se van a comercializar. Con respecto a lo anterior, se elabora una proyección de los ingresos (antes de impuestos), durante los primeros 5 años de operación teniendo en cuenta indicadores como el PIB y la inflación. Cabe resaltar que, a partir del quinto año, por medio del cálculo del CAUE se evidenciaron unos ingresos aproximados de \$26´227.577 COP:

**Figura 22. Proyección ingresos**



Se concluye que los ingresos presentan un crecimiento constante. También, se puede observar que los servicios que generarían más ganancias sería el portafolio para la sección del cabello, por lo que se podría catalogar como el grupo de servicios más significativo para Atelier, seguido de la comercialización de productos y accesorios de belleza, cosméticos y tratamientos naturales, por lo que se podrían crear estrategias para potenciar estas dos secciones. Así mismo, se identifica que se deben desarrollar estrategias para mejorar y potenciar las secciones de servicios en uñas y el rostro, con el fin de crear un equilibrio en cuanto a las ventajas competitivas del Salón de belleza.

## Referencias

- Acuña González, A. (2017). Representación de la mujer y estándares de belleza en la publicidad de productos de cuidado personal: un análisis de contenido. *Anuario de investigación de la comunicación*, XXVI, 190-202. <https://doi.org/10.38056/2017aiccXXIV30>
- Alcaldía de Bogotá. (2023). *Normatividad para Establecimientos Comerciales de Belleza. Sector belleza.* <https://www.saludcapital.gov.co/sitios/SectorBelleza/Paginas/Establecimientos.aspx>.
- Alcaldía de Medellín. (2020). *Ficha de caracterización territorial 60- San Cristóbal.* <https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2023/11/Ficha-de-caracterizacio%CC%81n-territorial-60-San-Cristo%CC%81bal.pdf>.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2024). *Cosmética natural: los beneficios para la salud y el medio ambiente.* <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/cosmetica-natural-beneficios-para-la-salud-y-el-medio-ambientetitulo>
- Astudillo, M. (2012). *Fundamentos de economía.* Instituto de investigaciones económicas: Probooks.
- Asociación Nacional de empresarios de Colombia ANDI. (2023). *Hecho en Colombia, memorias del proyecto Safe+: programa de calidad para el sector cosmético.* Editores gráficos Colombia SAS. [https://www.andi.com.co/Uploads/Hecho\\_en\\_Colombia.pdf](https://www.andi.com.co/Uploads/Hecho_en_Colombia.pdf).
- Cámara de Comercio Medellín. (2023). *Beneficios de registrar tu empresa.* <https://www.camaramedellin.com.co/crear-empresa/beneficios-de-registrar-tu-empresa>
- Cámara de Comercio de Medellín (2024). *Matrícula del comerciante persona natural.* <https://www.camaramedellin.com.co/quiero-crear-mi-empresa-o-negocio/matricula-persona-natural>
- Campos Bueno, J. (2014). Identidad, belleza y enfermedad. *Congreso Internacional De Espacios De Arte Y Salud*, 2, 47-51. <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/e4557350-0602-4fb5-b25f-0b701b51a184/content>
- Código Sustantivo de trabajo CST (1951). Artículo 46. Por el cual se define el contrato a término fijo. Junio 07 de 1951. DO. N27622. <https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Codigo/30019323>.

- Código Sustantivo de trabajo CST (1951). Artículo 61, Numeral 1. Por el cual se define cuándo termina el contrato. Junio 07 de 1951. DO. N27622. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Codigo/30019323>.
- Código Sustantivo de trabajo CST (1951). Título IV: Reglamento de trabajo y mantenimiento del orden del establecimiento, Artículo 104. Por el cual se define el reglamento. Junio 07 de 1951. DO. N27622. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Codigo/30019323>.
- Colombia Productiva. (2024). *¿Qué es el sector de cosméticos y aseo?* <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/manufactura/cosmeticos-y-aseo>
- Comfama. (2023). *Lo que debes saber sobre el Sistema de Seguridad Social.* <https://www.comfama.com/trabajo-con-proposito/seguridad-social/>
- Congreso de Colombia (2016). Ley 1780 de 2016. Por la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil. Mayo 02 de 2016. DO. N49861. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30020213>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2020). *Informe ejecutivo, micronegocios: peluquería y otros tratamientos de belleza.* <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/2019-ene-dic-informe-micronegocio-peluqueria-tratamientos-belleza.pdf>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. (2024). *Trámites tributarios RUT.* <https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/tramites-y-servicios/tributarios/Paginas/RUT.aspx>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. (2024). *Régimen Simple de Tributación.* <https://www.dian.gov.co/impuestos/Regimen-Simple-de-Tributacion-RST/Documents/RST-una-nueva-forma-de-pagar-impuestos.pdf>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. (2024). *Régimen simple de tributación- RST.* <https://www.dian.gov.co/impuestos/Regimen-Simple-de-Tributacion-RST/Documents/RST-2023.pdf>
- El Colombiano. (2023). *Medellín tiene 8,8% de peluquerías del país.* [https://www.elcolombiano.com/historico/medellin\\_tiene\\_88\\_de\\_peluquerias\\_del\\_pais-NGEC\\_307903](https://www.elcolombiano.com/historico/medellin_tiene_88_de_peluquerias_del_pais-NGEC_307903)
- El Mundo. (2022, Octubre 18). *Los productos para alisar el cabello aumentan el riesgo de cáncer de endometrio.* <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2022/10/18/634e453dfdddf4d0b8b45a8.html>

- El país. (2021, Marzo 21). *Las mejores lámparas LED de uñas para una manicura de gel perfecta*. <https://elpais.com/escaparate/2021-03-25/las-mejores-lamparas-led-de-unas-para-una-manicura-de-gel-perfecta.html>
- El País. (2022, Abril 25). *Autoestima, creatividad e identidad: por qué el trabajo de l@s peluquer@s es esencial (y deberíamos reivindicarlo)*. <https://elpais.com/smoda/belleza/autoestima-creatividad-e-identidad-por-que-el-trabajo-de-los-peluqueros-es-esencial-y-deberiamos-reivindicarlo.html>
- El Tiempo. (2022, Septiembre 08). *Inteligencia Artificial y cosmética: la belleza a la vanguardia tecnológica*. <https://www.eltiempo.com/vida/tendencias/lo-ultimo-en-tecnologia-en-el-mundo-de-la-belleza-701057>
- El Tiempo. (2023, Febrero 27). *Las peluquerías dan ejemplo en el régimen simple de tributación*. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/las-peluquerias-dan-ejemplo-en-el-regimen-simple-de-tributacion-745374>
- Fashion Network. (2021, Marzo 11). *La belleza limpia conquista a los consumidores más jóvenes en Latinoamérica*. <https://co.fashionnetwork.com/news/La-belleza-limpia-conquista-a-los-consumidores-mas-jovenes-en-latinoamerica,1286533.html>
- Fashion Network. (2022, Septiembre 07). *El consumo de belleza en Colombia pesa 3000 millones de dólares al año*. <https://pe.fashionnetwork.com/news/El-consumo-de-belleza-en-colombia-pesa-3000-millones-de-dolares-al-ano,1436375.html#:~:text=El%20consumo%20de%20belleza%20en%20Colombia%20pesa%203000%20millones%20de%20d%C3%B3lares%20al%20a%C3%B1o,-Por%3A&text=La%20belleza%20es%20una%20de,mantenimiento%20del%20gasto%20en%20Colombia>
- Fashion Network. (2023, Enero 18). *La "Clean Beauty", un concepto abstracto que revoluciona la cosmética*. <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-clean-beauty-un-concepto-abstracto-que-revoluciona-la-cosmetica,1477283.html>
- Federación Nacional de Comerciantes Fenalco. (2021). *Estudio nivel de desarrollo productivo: sector peluquerías*. Dirección de productividad y competitividad. [https://www.fenalco.com.co/blog/economico-3/analisis-productivos-sectoriales-2092#blog\\_content](https://www.fenalco.com.co/blog/economico-3/analisis-productivos-sectoriales-2092#blog_content)
- Federación Nacional de Comerciantes Fenalco. (2023). *Cosméticos amigables con el medio ambiente son tendencia en Colombia*. <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/cosmeticos-amigables-con-el-medio-ambiente-son-tendencia-en-colombia/>

- Forbes Colombia. (2022, Octubre 05). *¡Una belleza! Mercado de cosmética y aseo registró un crecimiento de 3,8%*. <https://forbes.co/2022/10/05/negocios/una-belleza-mercado-de-cosmetica-y-aseo-registro-un-crecimiento-de-38>
- Gobernación de Antioquia. (2024). *Apertura de los centros de estética y similares*. <https://sedeelectronica.antioquia.gov.co/tramites/96/apertura-de-los-centros-de-estetica-y-similares/#>
- Goleman, D. (2013). *Liderazgo el poder de la Inteligencia Emocional*. Ediciones B, S. A.
- Grupo Banco Mundial. (2022). *Colombia lidera el camino hacia la sostenibilidad en América Latina*. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2022/08/31/colombia-leading-the-path-to-sustainability-in-latin-america#:~:text=Colombia%20lidera%20el%20camino%20hacia%20la%20sostenibilidad%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina,-Share%20more&text=Colombia%2C%20uno%20de%20los%20pa%C3%ADses,ambientales%2C%20clim%C3%A1ticos%20y%20de%20sostenibilidad>
- Heller, E. (2008). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial Gustavo Gili SL.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. The McGraw-Hill.
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2022). *Cosméticos en Colombia* (Ficha sector). Oficina económica y comercial de la Embajada de España en Bogotá. <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/020/documentos/2022/11/documentos-anexos/DOC2022917537.pdf>
- Inexmoda. (2023, Septiembre 24). *Cosmética*. *Observatorio de moda, (2023)*, 69-79. <https://www.inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2023/09/Observatorio-Inexmoda-SEPTIEMBRE-2023.pdf>
- La República. (2021, Julio 14). *Las manicuristas mueven hasta \$6.000 millones al día en un mercado que es 65% informal*. <https://www.larepublica.co/empresas/las-manicuristas-mueven-hasta-6-000-millones-en-un-mercado-que-es-65-informal-3200615>
- La República. (2022, Septiembre 02). *¿Hacia dónde va el mercado de la belleza?*. <https://www.larepublica.co/consumo/hacia-donde-va-el-mercado-de-la-belleza-3438748>
- La República. (2023, Abril 13). *Redes sociales han disparado las ventas en la industria de los cosméticos más de 50%*. <https://www.larepublica.co/empresas/redes-sociales-han-disparado-las-ventas-en-la-industria-de-los-cosmeticos-mas-de-50->



- Portafolio. (2023, Enero 25). *Bogotá, epicentro de la industria cosmética en Colombia en 2023*. <https://www.portafolio.co/tendencias/bogota-seguira-siendo-el-epicentro-de-la-industria-cosmetica-en-2023-577487>
- Procolombia. (2022, Octubre 15). *Productos cosméticos colombianos abren puertas en el mercado internacional*. <https://mascolombia.com/productos-cosmeticos-colombianos-abren-puertas-en-el-mercado-internacional/>
- Procolombia. (2023). *Cosméticos Naturales*. <https://b2bmarketplace.procolombia.co/es/taxonomy/term/3141>
- Procolombia. (2023). *Productos Cosméticos Naturales en Colombia*. <https://b2bmarketplace.procolombia.co/es/productos/salud-y-belleza/cosmeticos-naturales>
- Revista Semana. (2021, Agosto 25). *Más productos de aseo personal y belleza compraron los colombianos en pandemia*. <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/mas-productos-de-aseo-personal-y-belleza-compraron-los-colombianos-en-pandemia/202149/>
- Revista Semana. (2021, Octubre 05). *Las insólitas cifras de las peluquerías y barberías*. <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/las-insolitas-cifras-de-las-peluquerias-y-barberias-de-bogota/202151/>
- Sojo Mora, B. (2020). El Significado de La Femenidad: Estudio basado en relatos de vida de mujeres. *Revista Espiga*, 19, 46–62. <https://www.redalyc.org/journal/4678/467862244004/html/>
- SURA. (2023). *Riesgos laborales, ARL: Los beneficios para el empleador de pagar correctamente la seguridad social*. <https://www.arlsura.com/index.php/112-centro-de-documentacion-anterior/seguridad-social-y-salud-ocupacional/1489-los-beneficios-para-el-empleador-de-pagar-correctamente-la-seguridad-social>
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el Plan de negocios: Una herramienta para entender mejor la importancia del Plan de negocios en la actualidad*. Lightning Source Inc.