



Formulación de un plan de negocios para la creación de la empresa Flora Lips
dedicada a la fabricación y comercialización de labiales orgánicos en el sector de girón
segundo semestre del 2026

Modalidad: Emprendimiento-Plan de negocio

Mary Ximena Manosalva Arias
CC 1095822371

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales
Tecnología en mercadeo y gestión comercial
Bucaramanga (01/10/2026)



Formulación de un plan de negocios para la creación de la empresa Flora Lips
dedicada a la fabricación y comercialización de labiales orgánicos en el sector de girón
segundo semestre del 2026

Modalidad: Emprendimiento -Plan de negocio

Mary Ximena Manosalva Arias
CC 1095822371

Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnólogo en Mercadeo y Gestión Comercial

DIRECTOR

Ph.D. Alejandro Biancha Hernández

Grupo de Investigación: GIPTI - GIMA

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en mercadeo y gestión comercial
Bucaramanga 0 1/10/2026

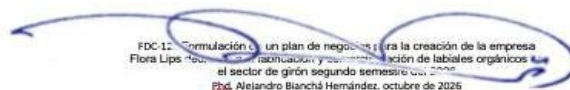
Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado, en modalidad Emprendimiento- (Plan de negocios), fue APROBADO en cumplimiento de uno de los requisitos exigidos por la Institución Universitaria Tecnológica de Santander para optar el Título de Tecnólogo en Mercadeo y Gestión Comercial según acta No. 31 del 09 de octubre del 2026, del Comité de Trabajo de Grado



Firma del Evaluador

Mg. Eileen Jatin Martínez Ávila



FDC-12 Formulación de un plan de negocios para la creación de la empresa Flora Lips "Café, especias y conservación de labiales orgánicos" el sector de girón segundo semestre 2026
PhD. Alejandro Bianchá Hernández, octubre de 2026

Firma del director

PhD. Alejandro Bianchá Hernández

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado, de manera especial, a mis hijos, Dylan y Maríangel, quienes son mi mayor inspiración y la razón para seguir adelante y luchar por mis sueños. Agradezco profundamente a Dios y a mi familia por estar presentes en cada momento, brindándome amor, fortaleza y motivación para superar las dificultades. Gracias a ellos, hoy culmino este importante logro y consolido mi crecimiento académico como Tecnóloga en Mercadeo y Gestión Comercial.

Mary Ximena Manosalva Arias

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al profesor Alejandro Biancha Hernández por su acompañamiento, sus enseñanzas y las orientaciones brindadas durante el desarrollo del proyecto. A las Unidades Tecnológicas de Santander, agradezco la formación y el apoyo recibido a lo largo de mi proceso académico. Finalmente, agradezco a Dios y a mi familia por estar presentes durante este camino, brindándome su apoyo, confianza y motivación para alcanzar esta meta.

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	<u>15</u>
<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>16</u>
<u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</u>	<u>17</u>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. JUSTIFICACIÓN	18
1.3. OBJETIVOS	19
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	19
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	<u>20</u>
2.1. MARCO TEORICO	20
2.1.1. INDUSTRIA COSMETICA	20
2.1.2. PRODUCTOS COSMETICOS (LABIALES)	20
2.1.3. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	21
2.1.4. EMPRENDIMIENTO Y CREACION DE EMPRESAS	21
2.2. MARCO AMBIENTAL	22
2.3. MARCO LEGAL	23
<u>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	<u>25</u>

<u>4.</u>	<u>DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u>	<u>26</u>
4.1.	FASE 1: ESTUDIO DE MERCADO	26
4.1.1.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	26
4.1.2.	ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA	27
4.2.	FASE 2: ESTUDIO TECNICO	30
4.2.1.	FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	30
4.2.2.	MACRO LOCALIZACIÓN	31
4.2.2.1	MICRO LOCALIZACIÓN	31
4.2.3.	FLUJO DE PROCESOS	31
4.2.4.	MAQUINARIA NECESARIA	32
4.3.	FASE 3: ESTUDIO ADMINISTRATIVO	32
4.3.1.	ESTRUCTURACIÓN DEL ORGANIGRAMA Y MARCO LEGAL	32
4.4.	FASE 4: ESTUDIO AMBIENTAL	32
4.4.1.	ANALISIS DE GESTION DEL CICLO DE VIDA Y GESTION DE RESIDUOS	32
4.5.	FASE 5: ESTUDIO FINANCIERO	33
4.5.1.	DETERMINACION PUNTO EQUILIBRIO Y VIABILIDAD DEL PROYECTO	33

5. **RESULTADOS** **34**

5.1 **ESTUDIO DE MERCADOS**..... **34**

5.1.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LA

ENCUESTA 34

5.2. ESTUDIO TECNICO 49

5.2.1. MACROLOCALIZACION 49

5.2.2. MICRO LOCALIZACION (EL POBLADO) 50

5.2.3. FICHA TECNICA DEL PRODUCTO: FLORA LIPS 51

5.2.4. FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN..... 52

5.2.5. MAQUINARIA IDENTIFICADA EN EL FLUJO DE PROCESO 54

5.2.5.1 FASE DE PRE-PRODUCCIÓN..... 54

5.2.5.2 TRANSFORMACIÓN 54

5.2.5.3 ACABADO 55

5.2.5.4 ALMACENAMIENTO 55

5.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL..... 56

5.3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y DIRECCIONAMIENTO 56

5.3.2. MARCO LEGAL Y NORMATIVIDAD..... 57

5.3.3. REQUERIMIENTOS DE TALENTO HUMANO 58

5.3.4. ESTUDIO LEGAL 58

5.3.4.1 NOMBRE 58

5.3.4.2 TIPO DE EMPRESA 58

5.3.4.3	CODIGO DE OPERACIÓN	58
5.4.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	59
5.4.1.	MISIÓN.....	59
5.4.2.	VISIÓN	59
5.4.3.	VALORES CORPORATIVOS	59
5.4.4.	ELABORACIÓN MATRIZ FODA.....	60
5.5.	ANALISIS DEL CICLO DE VIDA (ACV).....	62
5.6.	ESTUDIO FINANCIERO	63
5.6.1.	INVERSION INICIAL EN MAQUINARIA Y EQUIPO	63
5.6.2.	CLASIFICACIÓN COSTOS MENSUALES	63
5.6.3.	COSTO VARIABLE UNITARIO (CVu)	64
5.6.4.	PUNTO DE EQUILIBRIO (RENTABILIDAD)	65
5.6.5.	PROYECCION DE VENTAS	65
5.6.6.	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS.....	66
5.6.7.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	67
5.6.8.	VALOR PRESENTE NETO (VPN).....	68
5.6.9.	TASA INTERNA DE RETORNO	68
5.6.10	MARKETING MIX	69
5.6.10.1	PRODUCTO	69
5.6.10.2	PRECIO	70

5.6.10.3	PLAZA	71
5.6.10.4	PROMOCION	71
5.6.11	PLAN DE ACCIÓN.....	72
<u>6</u>	<u>CONCLUSIONES</u>	<u>76</u>
<u>7</u>	<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>78</u>
<u>8</u>	<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	<u>79</u>
<u>9</u>	<u>ANEXOS</u>	<u>82</u>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Rango de edad	35
Figura 2. Género.....	36
Figura 3. Ocupación.....	36
Figura 4. Nivel de ingresos mensuales	37
Figura 5. Sector de residencia	37
Figura 6. Tiempo de permanencia en el sector	38
Figura 7. Estrato socioeconómico	38
Figura 8. Frecuencia de compra	39
Figura 9. Donde suele comprar.....	39
Figura 10. Precio dispuesto a pagar	40
Figura 11. Ha escuchado sobre labiales ecológicos o naturales.....	40
Figura 12. Producto ecológico.....	41
Figura 13. Preferencia en labiales.....	41
Figura 14. Influencia de compra.....	42
Figura 15. Frecuencia de tonos.....	42
Figura 16. Opinión más importante	43
Figura 17. Compra por tendencia o moda.....	43
Figura 18. Razón de cambio de marca	44
Figura 19. Ubicación en Girón.....	49

Figura 20. Barrio El Poblado	50
Figura 21. Procesos de producción labiales Flora Lips	53
Figura 22. Balanza digital	54
Figura 23. Mezclador manual.....	54
Figura 24. Nevera	55
Figura 25. Termohigrómetro.....	55
Figura 26 Organigrama	56
Figura 27 Manual de Funciones.....	57
Figura 28 Labial Flora Lips.....	69
Figura 29 Logo Flora Lips	70

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Normatividad Ambiental.....	22
Tabla 2. Normatividad Legal.....	23
Tabla 3. Fases de la investigación	25
Tabla 4. Estructura encuesta aplicada	27
Tabla 5. Ficha Técnica de Investigación.....	34
Tabla 6. Ficha técnica del producto.....	51
Tabla 7. Flujo de procesos de producción	52
Tabla 8. MATRIZ FODA	60
Tabla 9. Inversión en maquinaria	63
Tabla 10. Clasificación costos fijos mensuales.....	63
Tabla 11. Costo unitario	64
Tabla 12. Punto de equilibrio	65
Tabla 13. Proyección Capacidad Anual.....	65
Tabla 14. Proyección de Ventas.....	66
Tabla 15. Resultados Proyectados - Año 1	66
Tabla 16. Flujo de Caja Proyectado	67
Tabla 17. VPN	68
Tabla 18. Tasa interna de Retorno.....	68
Tabla 19. Plan de acción	72

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo desarrolla un plan de negocio para la creación de Flora Lips, empresa dedicada a la fabricación y comercialización de labiales ecológicos en Girón, Santander. La propuesta busca ofrecer productos elaborados con ingredientes naturales, enfocados en el cuidado personal y la sostenibilidad.

Para determinar su viabilidad se realizaron estudios de mercado. La encuesta aplicada a los consumidores permitió identificar preferencias, hábitos de compra y aceptación de los labiales ecológicos.

El producto estará elaborado con mantecas vegetales, ceras naturales, aceites orgánicos y pigmentos naturales. Se proyecta una producción anual de 7200 unidades y ventas de \$122.400.000 durante el primer año.

El análisis financiero obtuvo un VPN de \$61.097.221 y una TIR del 89% resultados que respaldan la viabilidad económica del proyecto bajo las condiciones establecidas.

Palabras clave: Viabilidad, VPN, TIR, estudios, sostenibilidad

INTRODUCCIÓN

Actualmente, los consumidores muestran un mayor interés por productos cosméticos que, además de cumplir una función estética, incorporen ingredientes naturales y prácticas responsables con el medio ambiente. En este contexto surge Flora Lips, una propuesta de labiales dirigida al mercado de Girón, Santander.

El presente plan de negocio busca determinar la viabilidad de la creación de la empresa mediante estudios. La investigación permitió conocer las preferencias de los consumidores, definir las características del producto, establecer los recursos necesarios y evaluar las condiciones económicas del proyecto.

Los resultados obtenidos muestran una oportunidad de negocio para Flora Lips, respaldada por la aceptación del mercado y por indicadores financieros favorables, permitiendo establecer una propuesta basada en calidad, productos naturales y sostenibilidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actual época, el uso de labiales industriales se ha vuelto parte de la rutina diaria de muchas personas, principalmente por el fácil acceso, sus precios y la diversa variedad de presentaciones. Sin embargo, detrás de estos beneficios comerciales, se encuentra una problemática poco visible relacionada con el uso de componentes nocivos que estos pueden contener, los cuales pueden provocar reacciones alérgicas, resequedad, irritación, manchas y otros efectos perjudiciales para la salud. Esta realidad ha generado una creciente preocupación en los consumidores, quienes cada vez valoran más la seguridad, la calidad y el origen de los productos que utilizan. (El Cronista, 2024)

Diversos estudios del sector cosmético indican que la fabricación de labiales industriales puede incluir colorantes artificiales, fragancias sintéticas y conservantes químicos, los cuales no solo representan un riesgo para la salud, sino que también generan un impacto negativo en el medio ambiente durante su fabricación. (Polvo, 2023)

Frente a esta problemática, los labiales orgánicos surgen como una alternativa más segura, ya que están elaborados con ingredientes orgánicos. Libres de componentes nocivos y amigables con el medio ambiente. Sin embargo, el desconocimiento de estos podrían ser una brecha que limite su elección. En base a estos análisis nace la siguiente pregunta: ¿Es viable la formulación de un plan de negocios para la creación de la empresa Flora Lips dedicada a la producción y comercialización de labiales ecológicos?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La ejecución de este plan de negocio surge como la necesidad de buscar alternativas a la problemática presentada con la contaminación de los labiales industriales. Ya que muchas personas utilizan estos con un total desconocimiento sobre los componentes que estos traen y los efectos negativos que estos pueden generar con el paso del tiempo. El contacto directo y frecuente con los labios hace que este producto requiera un nivel de cuidado mayor, razón por la cual nace la idea de Flora Lips una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de labiales naturales y amigables con los consumidores. (NATURE COSMETICS, 2024).

A través de la elaboración y comercialización, no solo se busca ofrecer una alternativa distinta, sino una alternativa mejor y más adecuada para el consumidor promoviendo la concientización sobre el uso de productos de uso propio. En este sentido, el plan de negocio resulta viable y pertinente ya que combina una tendencia creciente de consumo saludable con una propuesta sostenible y con una buena proyección de crecimiento (Conciencia.eco, 2023).

Al promover la transparencia en el etiquetado y el uso de materias primas de origen natural, es posible incentivar a los consumidores a tomar decisiones acertadas que garanticen su bienestar. Generando a que el consumidor valore cada vez más la coherencia entre la estética y la preservación de la salud y el medio ambiente.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocio enfocado en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de labiales ecológicos en el sector de Girón

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis de mercado a través de herramientas que permitan evaluar si existen condiciones favorables para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de labiales ecológicos en el sector de Girón
- Elaborar un estudio técnico que determine los requisitos físicos, tamaño, localización, procesos productivos, recursos tecnológicos, inversiones necesarias para la creación de esta
- Elaborar un estudio financiero que determine la viabilidad económica y factibilidad de el plan de negocio
- Elaborar un estudio administrativo que determine la estructura organizacional, distribución de funciones y aspectos legales requeridos para la creación de la empresa
- Elaborar un estudio ambiental que determine los impactos ambientales y estrategias de manejo sostenible necesarios para la elaboración del proyecto

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO

2.1.1. INDUSTRIA COSMETICA

La industria cosmética se posiciona como uno de los sectores más activos y en constante transformación dentro de la economía mundial, destacándose por su capacidad de innovar y ajustarse a las demandas de los consumidores. Este ámbito comprende la elaboración y comercialización de productos orientados al cuidado personal, la higiene y la belleza, abarcando líneas como el maquillaje (labiales), el cuidado de la piel, las fragancias y los productos capilares. En los últimos años, este sector ha registrado un notable crecimiento, impulsado por el mayor interés en la apariencia personal, el fácil acceso. De igual manera, la variedad de productos disponibles ha permitido atender distintos segmentos del mercado, ofreciendo opciones que se adaptan a diferentes niveles de precios y preferencias del consumidor. (Swisscontact, 2023).

2.1.2. PRODUCTOS COSMETICOS (LABIALES)

Los labiales son productos cosméticos destinados a aplicarse en los labios con el propósito de aportar color, brillo, hidratación y protección, combinando funciones estéticas con beneficios de cuidado personal gracias a su formulación basada en componentes como ceras, aceites y pigmentos. En el mercado actual se encuentran en diferentes presentaciones, entre ellas los de acabado mate, reconocidos por su larga duración y ausencia de brillo; los cremosos, que brindan mayor hidratación y un aspecto más luminoso; y los brillos labiales, que generan un efecto visual de volumen y resplandor. A su vez, la evolución de estos productos ha incorporado características

innovadoras que responden a las nuevas preferencias del consumidor, como la inclusión de protección solar, el uso de ingredientes de origen natural y el desarrollo de fórmulas veganas y libres de pruebas en animales. (MUI, 2024).

2.1.3. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El comportamiento del consumidor comprende las distintas etapas y decisiones que influyen en la elección, adquisición y uso de productos, especiales en el sector cosmético, donde intervienen factores culturales, sociales, personales y psicológicos. En este contexto, quienes adquieren productos de belleza suelen considerar elementos como la calidad, el precio, la duración y la presentación, al momento de tomar una decisión. Asimismo, aspectos externos como la publicidad, las recomendaciones en redes sociales y la influencia de creadoras de contenido inciden de manera importante en las preferencias de compra. Actualmente, también se evidencia una inclinación hacia un consumo más responsable, en el que los consumidores optan por productos que sean respetuosos con el medio ambiente, elaborados con ingredientes naturales y desarrollados bajo prácticas sostenibles. (Quiroa, 2024).

2.1.4. EMPRENDIMIENTO Y CREACION DE EMPRESAS

El emprendimiento puede entenderse como el proceso mediante el cual se identifican oportunidades de negocio y se convierten en iniciativas viables a través de la adecuada gestión de recursos y la aplicación de estrategias. En este contexto, la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de labiales implica estructurar un modelo de negocio que abarque aspectos como la fabricación, distribución, venta y administración financiera. De igual manera, emprender requiere desarrollar capacidades como la innovación, la toma de decisiones, la planificación y la

adaptación frente a los cambios del entorno, competencias que resultan especialmente relevantes en el sector cosmético debido a su alto nivel de competencia y a la constante transformación de las tendencias del mercado. (Manriquez, 2014).

2.2. MARCO AMBIENTAL

Se busca analizar la interacción entre la producción y comercialización de labiales y el entorno natural, teniendo en cuenta los posibles impactos derivados de esta actividad. La industria cosmética puede generar efectos sobre el medio ambiente debido al uso de materias primas, el consumo de recursos como agua y energía, y la generación de residuos, especialmente en empaques. Por ello, se plantea la adopción de prácticas sostenibles que permitan mitigar dichos impactos.

En este sentido, se propone el uso de insumos de origen natural para reducir la presencia de componentes nocivos, así como la implementación de procesos productivos eficientes que optimicen los recursos y minimicen los desperdicios. De igual forma, se considera la gestión adecuada de residuos mediante el reciclaje y la reducción del uso de plásticos, promoviendo el empleo de materiales biodegradables. Finalmente, se busca fomentar el consumo responsable, incentivando a elegir productos amigables con el medio ambiente. (Reina, 2022)

Tabla 1. Normatividad Ambiental

DECRETO 1630 DE 2021	REGULACIONES DE ETIQUETADO AMBIENTAL, ASÍ COMO CUALQUIER CERTIFICACIÓN ECOLÓGICA DE TU PRODUCTO
DECRETO 4741 DE 2005	Es una norma que regula parcialmente la prevención y el manejo de residuos o desechos peligrosos en el marco de la gestión integral
DECRETO 026 DE 2022	Reglamenta los perímetros de restricción para el uso de sustancias restringidas por las agencias reguladoras

DECRETO 1072 DE 2015	Regula el cumplimiento de las leyes laborales, de salud y seguridad ocupacional
NORMA 1594 DE 1984	Regula el manejo de uso de agua y desechos
RESOLUCION 1407 DE 2018	Manejo de envases y empaques

Fuente: Autor (2026).

2.3. MARCO LEGAL

El marco legal constituye el marco de disposiciones normativas y preceptos jurídicos que regulan su actividad operativa. La observancia estricta de este ordenamiento no solo garantiza la legitimidad institucional y el ejercicio ético, sino que consolida un mecanismo preventivo ante contingencias legales y pasivos contingentes, asegurando la viabilidad y seguridad jurídica del modelo de negocio bajo los estándares de la legislación vigente. (Servicioscontabilidad.com, 2025).

Tabla 2. Normatividad Legal

NORMA	DESCRIPCION	APLICACIÓN EN EL PROYECTO
LEY 1014 DEL 2016	Promueve la cultura del emprendimiento y la creación de empresas en el país	Permite el desarrollo del plan de negocio fomentando habilidades empresariales
DECRETO 516 DE 2002	Establece los requisitos sanitarios para productos cosméticos	Garantiza el cumplimiento de normas de seguridad, calidad y etiquetado de labiales
DECRETO 948 DE 1995	Regula la prevención y control de la contaminación atmosférica	Se tendrá en cuenta para evitar emisiones contaminantes en el proceso productivo.
LEY 9 DE 1979	Establece normas sanitarias para la protección de la salud	Garantiza condiciones higiénicas en la producción y seguridad del producto

RESOLUCION 1482 DE 2012	Establece requisitos de Garantiza información clara al etiquetado para productos consumidor sobre el producto cosméticos
--------------------------------	--

Fuente: Autor (2026).

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se fundamenta en una investigación de carácter descriptivo, diseñada para especificar las particularidades del sector cosmético sostenible y las operaciones necesarias para la creación de la marca. El estudio emplea un enfoque mixto, el cual articula la recolección de datos estadísticos para validar la demanda y rentabilidad, con un análisis cualitativo que profundiza en las motivaciones de compra y la valoración de productos libres de químicos sintéticos por parte de clientes potenciales. (Rodrigo, 2025)

En cuanto a la ejecución, se aplica el método inductivo-analítico, que permite desglosar cada componente de la cadena de valor desde la obtención de materias primas orgánicas hasta la comercialización final para consolidar una estrategia empresarial sólida, se utilizaran encuestas estructuradas aplicadas a una muestra poblacional calculada bajo criterios estadísticos, junto con una revisión documental exhaustiva de las normas de calidad y sanitarias vigentes, garantizando que cumpla con los estándares requeridos. (Rivas, 2024)

El proceso de construcción de este emprendimiento se despliega en cuatro etapas secuenciales.

Tabla 3. Fases de la investigación

FASES	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
FASE 1	ESTUDIO MERCADO	Segmentación y aplicación de encuestas de preferencia
FASE 2	ESTUDIO DE TECNICO	Macro localización, diseño del flujo de procesos y ficha técnica del producto
FASE 3	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	Estructuración del organigrama y marco legal
FASE 4	ESTUDIO AMBIENTAL	Análisis del ciclo de vida y gestión de residuos
FASE 5	ESTUDIO ESTUDIO FINANCIERO	Determinación del punto de equilibrio y viabilidad del proyecto

Fuente: Autor (2026).

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

4.1. FASE 1: ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación del mercado se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas estructuradas, con el fin de identificar las características, necesidades y comportamientos de los consumidores. Este procedimiento permitió agrupar a los clientes en conjuntos con características similares, facilitando así una mejor orientación del proyecto

Inicialmente, se elaboró una encuesta compuesta por preguntas dirigidas a variables fundamentales de segmentación, entre ellas:

- **DEMOGRAFICAS:** Edad, sexo, nivel de ingresos y ocupación
- **GEOGRAFICAS:** Ubicación o área donde residen los consumidores
- **PSICOGRAFICAS:** Estilos de vida, intereses y preferencias
- **CONDUCTUALES:** Frecuencia de compra, razones de consumo y nivel de satisfacción

Posteriormente, la encuesta fue aplicada a una muestra representativa del público objetivo, y tras la recolección de la información, se llevó a cabo su organización y análisis mediante la tabulación de los datos. Este proceso permitió identificar patrones de comportamiento y similitudes entre los encuestados, lo que facilitó la clasificación de los consumidores en diferentes segmentos según características compartidas, se logró definir perfiles específicos de clientes, como consumidores frecuentes ocasionales y potenciales, los cuales sirvieron como base para la formulación de estrategias, orientando el diseño de propuestas de valor y acciones comerciales dirigidas de manera más precisa a cada grupo identificado.

4.1.2. ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

Para entender de manera más precisa el comportamiento y gustos del consumidor se diseñó una encuesta con el objetivo de conocer el grado de aceptación de Flora Lips en el municipio de Girón

Tabla 4. Estructura encuesta aplicada

DATOS DEMOGRAFICOS
¿Cuál es su edad? ☒ Menor de 18 años ☐ 18 - 25 años ☐ 26 – 35 años ☐ 36 – 50 años ☐ Mayor de 50 años ¿Cuál es su género? ☒ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro ¿Cuál es su ocupación? ☐ Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Desempleado ☐ Otro: _____ ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales? ☐ Menos de 1SMMLV ☐ 1 – 2 SMMLV ☐ 2 – 3 SMMLV ☐ Más de 3 SMMLV

DATOS GEOGRAFICOS

- ¿En qué sector vive?
 - ☐ _____
 - ☐ Zona urbana
 - ☐ Zona rural
- ¿Hace cuánto vive en este sector?
 - ☐ Menos de 1 año
 - ☐ Entre 1 y 3 años
 - ☐ Más de 3 años
- ¿Cuál es el estrato socioeconómico de su vivienda?
 - ☐ Estrato 1 y 2
 - ☐ Estrato 2 y 3
 - ☐ Estrato 3 o mas

HABITOS DE CONSUMO (CONDUCTUAL)

- ¿Con qué frecuencia compra labiales?
 - ☐ Diario
 - ☐ Semanal
 - ☐ Quincenal
 - ☐ Mensual
- ¿Dónde suele comprar labiales?
 - ☐ Tiendas físicas
 - ☐ Catálogos
 - ☐ Redes sociales
 - ☐ Tiendas en línea
- ¿Cuánto suele pagar por un labial?
 - ☐ Menos de \$10000
 - ☐ \$10000 – \$20000
 - ☐ \$20000 - \$40000
 - ☐ Más de \$40000

CONOCIMIENTO SOBRE PRODUCTOS ECOLOGICOS

- ¿Ha escuchado sobre labiales ecológicos o naturales?

☐ Si

☐ No

- ¿Qué entiende por un producto ecológico?

☐ Ingredientes naturales

☐ No testeo en animales

☐ Empaques biodegradables

☐ No se

PREFERENCIAS (PSICOGRAFICO)

- ¿Qué tipo de labial prefiere?

☐ Mate

☐ Brillante

☐ Hidratante

☐ Líquido

- ¿Qué factor influye más en su compra?

☐ Precio

☐ Marca

☐ Calidad

☐ Duración

- ¿Qué colores utiliza con mayor frecuencia?

☐ Tonos piel

☐ Rojos

☐ Rosados

☐ Oscuros

☐ Coloridos

- ¿Qué es más importante para usted?

☐ Duradero

☐ Hidratante

- ☐ Económico
- ☐ De marca reconocida
- ☐ Ecológico

COMPORTAMIENTO Y PERCEPCION

- ¿Compra labiales por tendencia/moda?
 - ☐ Si
 - ☐ No
- ¿Por qué razón cambiaría de marca?
 - ☐ Mejor precio
 - ☐ Mejor calidad
 - ☐ Recomendación
 - ☐ Problemas alérgicos

Fuente: Autor (2026).

4.2. FASE 2: ESTUDIO TECNICO

4.2.1. FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

En esta fase se elaboró la ficha técnica del producto con el fin de definir de manera precisa las características del labial que se pretende ofrecer, asegurando su coherencia con las necesidades del mercado objetivo. Para ello, se establecieron sus principales atributos, incluyendo la selección de ingredientes naturales y libres de componentes nocivos, así como aspectos relacionados con su textura, presentación, variedad de colores y duración. Además, se determinaron las características del empaque, priorizando materiales reciclables o biodegradables acordes con el enfoque ambiental del producto, junto con la información de etiquetado y recomendaciones de uso. Igualmente, se definieron las condiciones de almacenamiento, vida útil y posibles restricciones, con el propósito de garantizar su calidad y conservación.

4.2.2. MACRO LOCALIZACIÓN

En esta fase se llevó a cabo el análisis de macro localización con el fin de identificar la zona más adecuada para el desarrollo del proyecto, considerando factores generales como la ubicación, el acceso al mercado, la infraestructura, el transporte y las condiciones del entorno. Asimismo, se evaluaron aspectos como la cercanía al público objetivo y la competencia existente, lo que permitió seleccionar una ubicación favorable que facilite la comercialización del producto.

4.2.2.1 MICRO LOCALIZACIÓN

En esta fase se realizó el análisis de micro localización con el objetivo de seleccionar el lugar específico más adecuado para la instalación del proyecto, evaluando factores como el acceso al punto, visibilidad, flujo de clientes, costos del local, disponibilidad de servicios públicos y condiciones del entorno inmediato. Asimismo, se consideraron aspectos como la cercanía a la competencia y al público objetivo, lo que permitió elegir una ubicación estratégica que favorece a la operación de Flora Lips, mejorando la experiencia del cliente y contribuyendo al éxito comercial del producto.

4.2.3. FLUJO DE PROCESOS

En esta fase se desarrolló el diseño del flujo de procesos con el propósito de estructurar de forma ordenada y coherente cada una de las actividades requeridas para la elaboración y comercialización del producto. Para ello, se identificaron y organizaron las diferentes etapas, desde la selección de materias primas hasta la entrega final al cliente, incluyendo procesos como la preparación, producción, control de calidad, empaque y distribución. De igual manera, se establecieron los responsables, recursos necesarios y tiempos estimados en cada fase, lo que permitió optimizar la operación, mejorar la eficiencia y asegurar la calidad del producto a lo largo de todo el proceso.

4.2.4. MAQUINARIA NECESARIA

La elaboración de labiales ecológicos requiere el uso de equipos básicos que permiten desarrollar el proceso de manera eficiente, higiénica y controlada. Entre ellos se incluyen sistemas de calentamiento como estufas, empleados para fundir las ceras y mantecas naturales; recipientes de acero inoxidable o vidrio resistentes al calor para realizar las mezclas; y utensilios de agitación, como espátulas o mezcladores manuales, que aseguran la homogeneidad del producto. También moldes específicos para dar forma al labial y equipos de enfriamiento y envasado.

4.3. FASE 3: ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.3.1. ESTRUCTURACIÓN DEL ORGANIGRAMA Y MARCO LEGAL

En esta fase se llevó a cabo el estudio administrativo del proyecto con el fin de definir de manera clara la estructura organizacional y el marco legal que orientara su funcionamiento. Para ello, se diseñó un organigrama que permite establecer los cargos, funciones y niveles de autoridad, facilitando la asignación de responsabilidades y la adecuada coordinación de las actividades. Asimismo, se analizaron los requisitos legales necesarios para la creación y operación de Flora Lips, considerando el cumplimiento de la normatividad vigente, las regulaciones aplicables al producto. De esta manera, se consolidó una base organizacional estructurada y alineada con las disposiciones legales, lo que contribuye a un funcionamiento eficiente y al desarrollo sostenible del producto.

4.4. FASE 4: ESTUDIO AMBIENTAL

4.4.1. ANALISIS DE GESTION DEL CICLO DE VIDA Y GESTION DE RESIDUOS

Con el propósito de analizar el impacto que genera el producto a lo largo de su ciclo de vida y establecer estrategias para la adecuada gestión de residuos. Para ello, se

evaluaron las etapas que van desde la obtención de materias primas hasta la disposición final del producto, identificando posibles efectos ambientales asociados a cada proceso. Asimismo, se definieron prácticas orientadas a la reducción, reutilización y correcta disposición de residuos, especialmente aquellos derivados del empaque y la producción. Este análisis permitió promover un enfoque sostenible, minimizando el impacto ambiental y fomentando el uso responsable de los recursos en el desarrollo de este.

4.5. FASE 5: ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1. DETERMINACION PUNTO EQUILIBRIO Y VIABILIDAD DEL PROYECTO

En esta fase se llevó a cabo el estudio financiero del proyecto con el fin de analizar su viabilidad económica a partir del cálculo del punto de equilibrio. Para ello, se utilizaron herramientas como la clasificación de costos fijos y variables, la elaboración de proyecciones de ventas y la aplicación de fórmulas financieras para determinar el nivel mínimo de ingresos necesarios para cubrir la totalidad de los gastos. Con base en estos elementos, se estableció la cantidad de unidades que deben comercializarse para no generar pérdidas ni ganancias, lo que permitió evaluar la sostenibilidad del proyecto. De igual manera, este análisis facilitó la valoración de la viabilidad del negocio, evidenciando su capacidad de ser rentable bajo condiciones normales de operación y sirviendo como apoyo para la toma de decisiones financieras.

5. RESULTADOS

Con el propósito de dar cumplimiento al objetivo de Realizar un análisis de mercado a través de herramientas que permitan evaluar si existen condiciones favorables para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de labiales ecológicos en el sector de Girón. La información recopilada permitió identificar las características del mercado objetivo, las preferencias de los consumidores, los hábitos de compra, el nivel de aceptación de los labiales ecológicos y las condiciones comerciales existentes en el municipio de Girón.

5.1 ESTUDIO DE MERCADOS

5.1.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA

Con el fin de garantizar la confiabilidad y organización del estudio de mercado, se presenta la ficha técnica de la investigación, en la cual se describen las principales características metodológicas de la encuesta aplicada a los consumidores potenciales de labiales ecológicos en el municipio de Girón, Santander.

Tabla 5. Ficha Técnica de Investigación

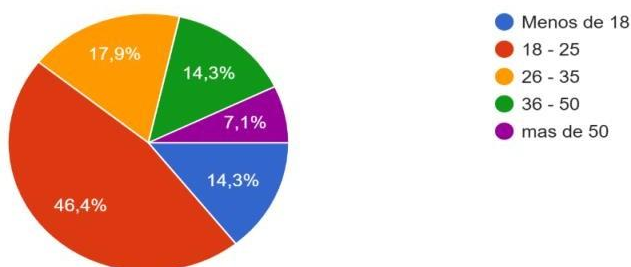
NOMBRE DEL ESTUDIO	Estudio de mercado para evaluar la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de labiales ecológicos en el municipio de girón, Santander.
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	Identificar las características demográficas, geográficas, conductuales y psicográficas de los consumidores, así como sus hábitos de compra y percepción frente a los labiales ecológicos.
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Descriptiva con enfoque cuantitativo

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	Encuesta estructurada
INSTRUMENTO	Cuestionario con preguntas cerradas de selección única
POBLACIÓN OBJETIVO	Personas potencialmente consumidoras de labiales residentes en el municipio de Girón, Santander
UNIDAD DE ANÁLISIS	Consumidores potenciales de labiales
MUESTRA	30 personas
COBERTURA GEOGRAFICA	Municipio de Girón, Santander
PERIODO DE APLICACIÓN	Tres semanas
NUMERO DE PREGUNTAS	18 preguntas distribuidas en seis secciones
VARIABLES ANALIZADAS	Datos demográficos, datos geográficos, hábitos de consumo, conocimiento sobre productos geológicos, preferencias del consumidor, comportamiento y percepción de compra
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	Los datos fueron tabulados y analizados mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias absolutas y porcentuales representadas en gráficos

Fuente: Autor (2026)

Figura 1. Rango de edad

¿Cual es su edad?
28 respuestas

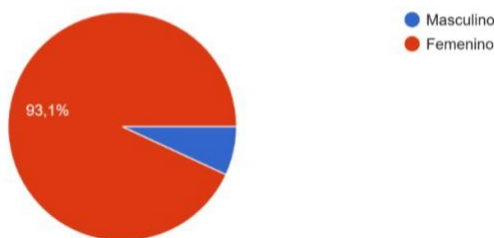


Fuente: Autor (2026).

La mayor concentración de encuestados se encuentra en el rango de 18 a 25 años, lo que evidencia que este segmento representa el principal mercado potencial de Flora Lips. Por ello, las estrategias de marketing y comunicación deben orientarse hacia consumidores jóvenes interesados en productos innovadores, naturales y con identidad sostenible

Figura 2. Género

¿Cual es su genero?
29 respuestas

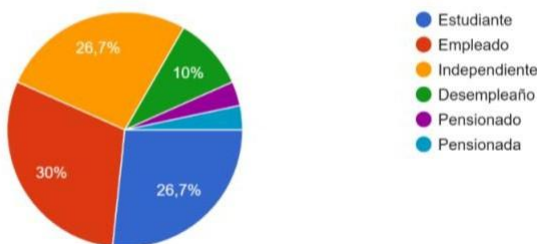


Fuente: Autor (2026).

La participación predominante del género femenino confirma que este constituye en el mercado objetivo principal de Flora Lips. En consecuencia, el diseño del producto, la imagen de la marca y las estrategias promocionales deben enfocarse en satisfacer las necesidades y preferencias de este segmento.

Figura 3. Ocupación

¿Cual es su ocupación?
30 respuestas

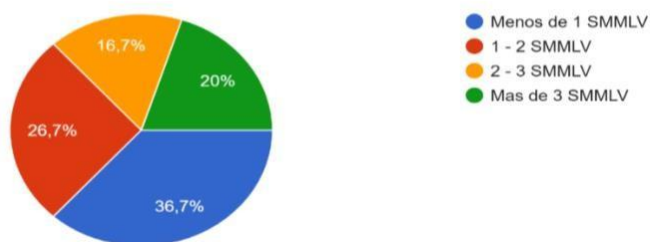


Fuente: Autor (2026).

La distribución de la ocupación refleja la presencia de consumidores con diferentes actividades económicas, lo que demuestra que los labiales ecológicos pueden dirigirse a diversos perfiles de clientes sin limitarse a un único grupo ocupacional

Figura 4. Nivel de ingresos mensuales

¿Cual es su nivel de ingresos mensuales?
30 respuestas

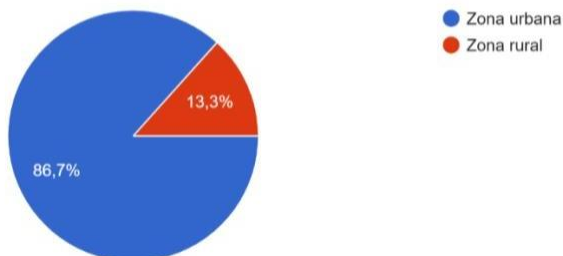


Fuente: Autor (2026).

El predominio de consumidores con ingresos inferiores a un SMMLV indica la necesidad de ofrecer un producto con una excelente relación calidad y precio, garantizando accesibilidad sin afectar los atributos ecológicos del labial.

Figura 5. Sector de residencia

¿En que sector vive?
30 respuestas

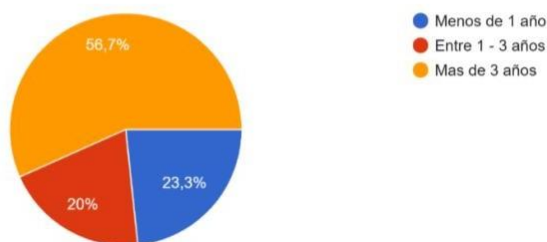


Fuente: Autor (2026).

Los resultados demuestran una alta densidad de la población objetivo en el sector urbano y zonas aledañas en el municipio de Girón. Esta concentración geográfica es estratégica para la etapa de lanzamiento, ya que permite focalizar los esfuerzos de distribución y marketing directo en un radio de acción controlado, minimizando los costos de desplazamiento logístico.

Figura 6. Tiempo de permanencia en el sector

¿Hace cuanto vive en el sector?
30 respuestas

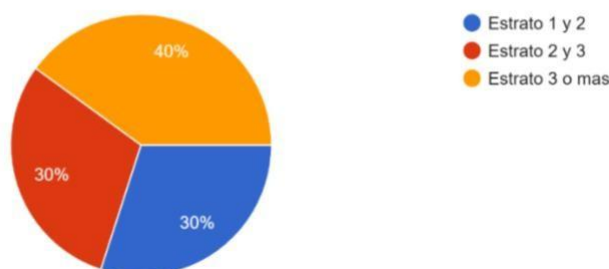


Fuente: Autor (2026).

Se observa una tendencia de residencia estable, con una mayoría de encuestados que han habitado el sector por un periodo superior a los 3 años. Este arraigo territorial sugiere que el mercado local se comporta como una comunidad consolidada, lo cual es altamente favorable para generar confianza de marca y facilitar el crecimiento organizo.

Figura 7. Estrato socioeconómico

¿Cual es el estrato socioeconómico de su vivienda?
30 respuestas



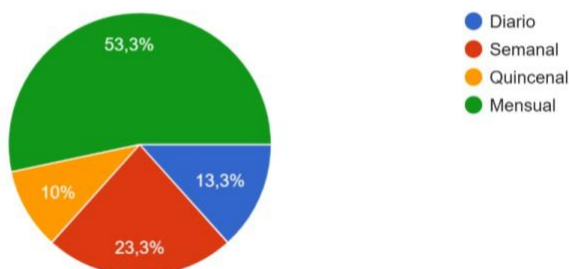
Fuente: Autor (2026).

La mayoría de la población encuestada se ubica en estrago 3 o más, lo que define un mercado con alto poder adquisitivo lo cual significa que el precio no puede llegar a resultar un problema importante, pero de igual manera reforzar la necesidad de una estrategia de costos que permita ofrecer un producto competitivo sin afectar la calidad es una buena opción de entrada.

Figura 8. Frecuencia de compra

¿Con que frecuencia compra labiales?

30 respuestas



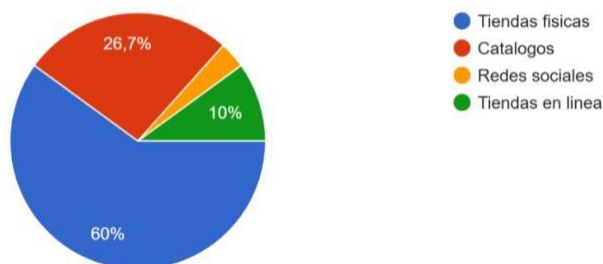
Fuente: Autor (2026).

La compra mensual representa el comportamiento predominante, lo que permite proyectar una demanda constante y planificar la producción y el abastecimiento de acuerdo con ciclos de consumo periódicos

Figura 9. Donde suele comprar

¿Donde suele comprar labiales?

30 respuestas

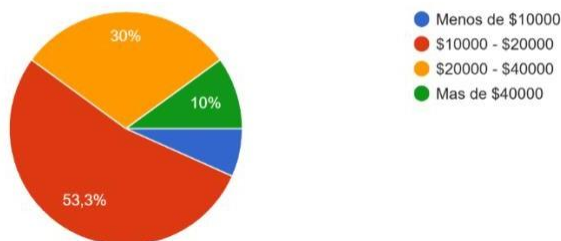


Fuente: Autor (2026).

La preferencia por establecimientos físicos y catálogos sobre el comercio electrónico resalta una importancia de la distribución local en Girón y la necesidad de cercanía con el consumidor, por lo que Flora Lips debería fortalecer estos canales sin descuidar el crecimiento digital del comercio

Figura 10. Precio dispuesto a pagar

¿Cuanto suele pagar por un labial?
30 respuestas

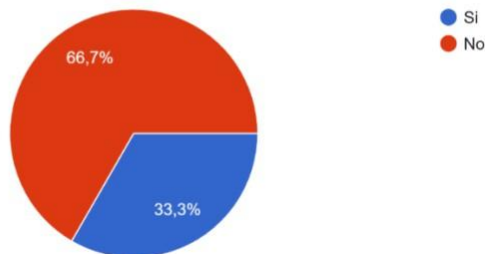


Fuente: Autor (2026).

En análisis identifica un umbral de aceptación económica situado entre los \$10000 - \$20000. Este dato resulta fundamental para el diseño del producto, asegurando que el precio de Flora Lips este alineado con la capacidad adquisitiva real del entorno.

Figura 11. Ha escuchado sobre labiales ecológicos o naturales

¿Ha escuchado sobre labiales ecologicos o naturales?
30 respuestas

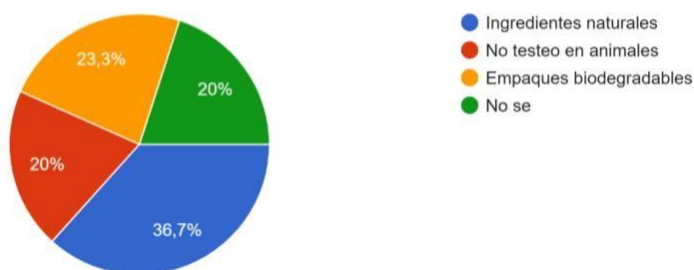


Fuente: Autor (2026).

Existe un desconocimiento mayoritario sobre la existencia y beneficios de los labiales naturales en el mercado local. esto representa una oportunidad estratégica para que la marca actúe como pionera, utilizando el marketing educativo para capturar este segmento desatendido.

Figura 12. Producto ecológico

¿Que entiende por un producto ecologico?
30 respuestas

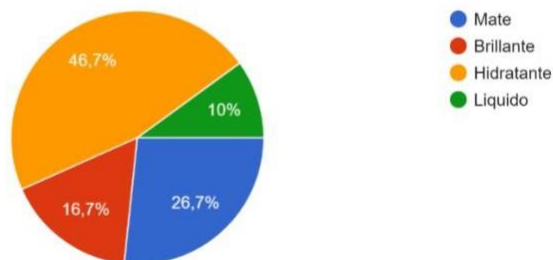


Fuente: Autor (2026).

Los encuestados asocian mayoritariamente el concepto “ecológico” con el uso de ingredientes de origen natural y beneficiosos para la salud dermatológica. Esto valida que la propuesta de valor de Flora Lips esta alienada con las expectativas de bienestar del consumidor.

Figura 13. Preferencia en labiales

¿Que tipo de labial prefiere?
30 respuestas

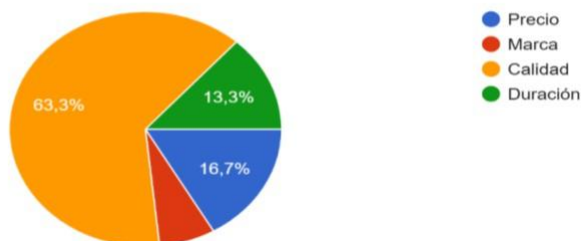


Fuente: Autor (2026).

El análisis permite identificar que el hidratante tiene mayor aceptación, pero de igual manera los otros (mate, brillante y liquido) también tienen un alto nivel de aceptación lo cual es beneficioso para Flora Lips ya que puede probar con las cuatro variables y todas tendrán un mercado específico.

Figura 14. Influencia de compra

¿Que factor influye en su compra?
30 respuestas

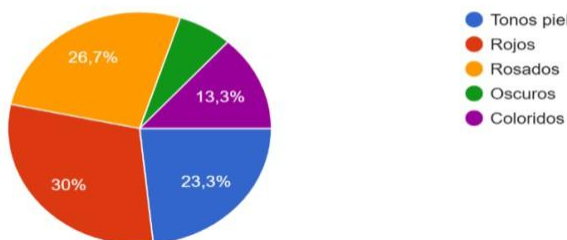


Fuente: Autor (2026).

La calidad es el factor que más influye en la decisión de compra, superando aspectos como el precio o la marca. Esto indica que Flora Lips debe centrar su estrategia en resaltar la eficacia, seguridad e ingredientes naturales del producto como principales elementos diferenciadores.

Figura 15. Frecuencia de tonos

¿Que colores utiliza con mayor frecuencia?
30 respuestas

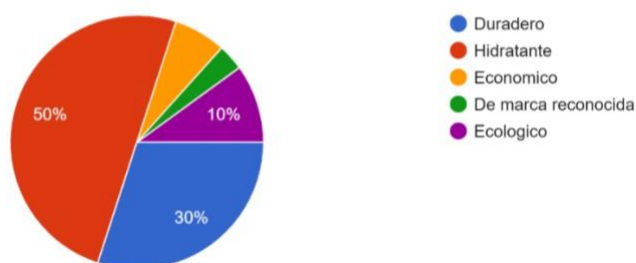


Fuente: Autor (2026).

La preferencia por tonos rojos y rosados permite orientar inicialmente la producción hacia colores de mayor demanda, optimizando inventarios y reduciendo riesgos asociados a referencias de baja rotación

Figura 16. Opinión más importante

¿Que es mas importante para usted?
30 respuestas

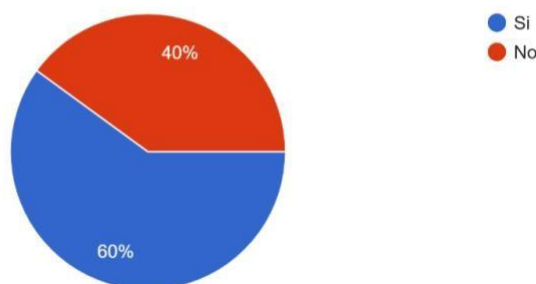


Fuente: Autor (2026).

Al evaluar que es más importante para el usuario, destaca la funcionalidad y la composición del producto sobre elementos estéticos. Esto refuerza la necesidad de resaltar componentes orgánicos en la etiqueta para que resulte más llamativo para el consumidor.

Figura 17. Compra por tendencia o moda

¿Compra labiales por tendencia/moda?
30 respuestas

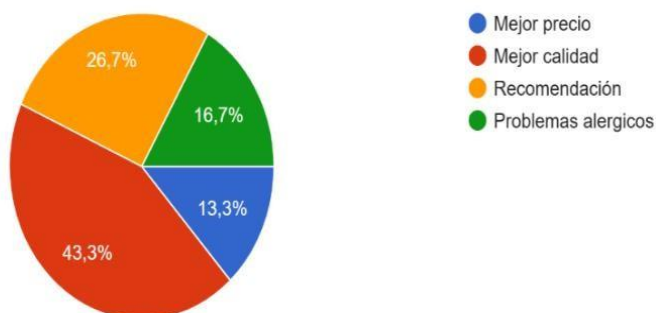


Fuente: Autor (2026).

Los resultados indican una alta dependencia de las modas pasajeras en la decisión de compra, lo cual es bueno ya que Flora Lips puede estar innovando y realizando campañas publicitarias para generar auge y moda aumentando la compras de estos.

Figura 18. Razón de cambio de marca

¿Por que razón cambiaría de marca?
30 respuestas



Fuente: Autor (2026).

La principal razón para abandonar una marca convencional en favor de una natural es la búsqueda de una mejor relación calidad- precio o la necesidad de evitar reacciones alérgicas provocadas por productos nocivos en labiales sintéticos e industriales.

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada para el estudio de mercado de Flora Lips, se realizó un análisis multivariado que permitió relaciona las variables con mayor incidencia en la intención de compra de los consumidores potenciales. Este análisis facilita identificar oportunidades de mercado y establecer estrategias que fortalezcan la viabilidad del plan de negocio.

ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS

Preguntas 8, 10, 14 y 16

- ✓ ¿Con que frecuencia compra labiales?
- ✓ ¿Cuánto suele pagar por un labial?
- ✓ ¿Qué factor influye más en su compra?
- ✓ ¿Qué es lo más importante para usted al adquirir un labial?

El análisis del conjunto de estas variables permite identificar que los consumidores adquieren labiales de forma periódica y que su decisión de compra depende principalmente de la calidad del producto, seguida por el precio y atributos como la duración e hidratación. Además, la mayoría de los consumidores manifiesta una disposición de pago entre \$10.000 y \$20.000, lo que demuestra la existencia de un mercado dispuesto a adquirir un producto ecológico siempre que ofrezca beneficios diferenciadores.

En base a esto, Flora Lips puede implementar las siguientes estrategias:

- Elaborar labiales con ingredientes naturales que garanticen hidratación, duración y seguridad para la piel
- Establecer un precio competitivo dentro del rango identificado por los consumidores
- Resaltar en toda la comunicación comercial los beneficios funcionales del producto antes que únicamente sus características estéticas
- Mantener los estándares de calidad altos para generar fidelización y posibles recompras

ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS

Preguntas 11 y 12

- ✓ ¿Ha escuchado sobre los labiales ecológicos o naturales?
- ✓ ¿Qué entiende por un producto ecológico?

Los resultados evidencian que una parte importante de los consumidores aún desconoce las características de los labiales ecológicos. Sin embargo, quienes conocen este tipo de productos los relacionan principalmente con ingredientes naturales, ausencia de pruebas en animales y empaque biodegradables.

Por ello, se plantean las siguientes estrategias:

- Desarrollar campañas informativas sobre los beneficios de los labiales ecológicos
- He de destacar el compromiso ambiental de la empresa mediante empaques sostenibles

ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS

Preguntas 13, 15 y 18

- ✓ ¿Qué tipo de labial prefiere?
- ✓ ¿Qué colores utiliza con mayor frecuencia?
- ✓ ¿Por qué razón cambiaría de marca?

Al relacionar estas variables se observa que los consumidores tienen preferencias definidas respecto al acabado y color del labial, pero están dispuestos a cambiar de marca cuando encuentran una mejor calidad, mejores beneficios o un producto que satisfaga mejor sus necesidades.

Esto demuestra que la fidelidad no depende únicamente del reconocimiento comercial, sino de la experiencia obtenida con el producto

Flora Lips podría aplicar estas estrategias:

- Lanzar inicialmente los colores identificados con mayor demanda
- Ofrecer diferentes acabados (mate, hidratante y liquido) para atender distintos segmentos
- Mantener un proceso de innovación permanente
- Implementar programas de fidelización mediante descuentos y promociones para clientes frecuentes

ANALISIS Y ESTRATEGIAS

Pregunta 17 y 18

- ✓ ¿Compra labiales por tendencia o moda?
- ✓ ¿Por qué razón cambiaría de marca?

El análisis evidencia que, aunque algunos consumidores adquieren labiales influenciados por las tendencias, la principal razón para cambiar de marca está relacionada con aspectos como la calidad, el precio y la seguridad del producto

Este comportamiento indica que el mercado valora más los beneficios reales que la publicidad

Por ende, Flora Lips deberá:

- Construir una imagen de marca basada en confianza y calidad
- Priorizar la satisfacción del cliente mediante productos seguros y eficaces
- Incentivar las recomendaciones de clientes satisfechos

ANALISIS Y ESTRATEGIAS

Preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7

- ✓ Variables demográficas y geográficas

El análisis conjunto de las variables demográficas y geográficas permite establecer el perfil del consumidor objetivo de Flora Lips. Los resultados demuestran que

el mercado potencial está conformado principalmente por consumidores jóvenes, residentes en zonas urbanas de Girón, pertenecientes a estratos socioeconómicos medios y con ingresos que le permiten adquirir productos cosméticos de manera periódica.

Esta información permite orientar de forma más eficiente las estrategias comerciales y de posicionamiento de la empresa

Se plantean las siguientes estrategias:

- Dirigir las campañas publicitarias principalmente al segmento joven
- Priorizar la distribución en establecimientos ubicados en zonas urbanas
- Diseñar estrategias digitales enfocadas en redes sociales, donde se concentra el público objetivo
- Adaptar el portafolio de productos a la capacidad adquisitiva identificada en el estudio

El análisis multivariado permitió identificar que la intención de compra de los consumidores no depende de un factor único, sino de la interacción entre variables demográficas, hábitos de consumo, percepción de los productos ecológicos y preferencias de compra. Los resultados demuestran que existe un mercado potencial interesado en adquirir labiales ecológicos siempre que estos ofrezcan calidad, ingredientes naturales, precios competitivos y beneficios funcionales. En este sentido, Flora Lips cuenta con condiciones favorables para posicionarse en el municipio de Girón, Santander mediante una propuesta de valor basada en la sostenibilidad, la innovación y la satisfacción del consumidor, fortaleciendo así la viabilidad comercial del plan de negocio.

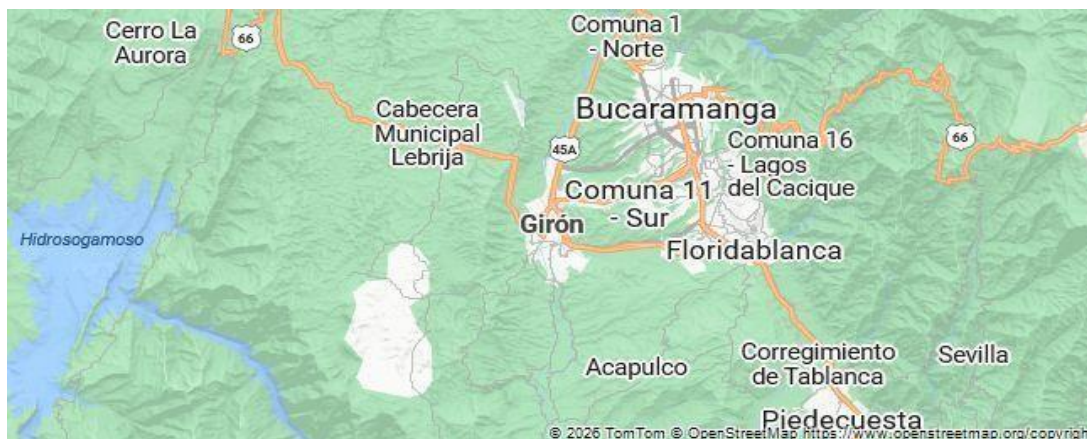
5.2. ESTUDIO TECNICO

5.2.1. MACROLOCALIZACION

Flora Lips estará ubicada en el sector de Girón, Santander el cual se caracteriza por ofrecer un entorno propicio para emprendimientos con una rica oferta cultural y productiva. Contando con 206100 habitantes y con un nivel de agrado por parte de turistas debido a su importancia histórica y cultural. (PROCOLOMBIA, 2023)

- Es parte del área metropolitana de Bucaramanga, con un flujo constante de población y comercio activo
- Presencia de comercios y centros de belleza que indican interés del consumidor en productos cosméticos
- Alto consumo en productos de belleza, lo que muestra que el sector tiene una demanda constante

Figura 19. Ubicación en Girón



Fuente: Google Maps (2026).

5.2.2. MICRO LOCALIZACION (EL POBLADO)

La selección del poblado en Girón como micro localización se fundamenta en los resultados obtenidos en la encuesta aplicada al público objetivo y debido a que este es muy frecuentado por gran parte de la población, la cual permitió identificar características relevantes del comportamiento de consumo.

Dichos resultados evidenciaron que los potenciales clientes valoran la cercanía al punto de venta, la accesibilidad y la ubicación de zonas comerciales, además de mostrar interés por productos de cuidado personal con enfoque ecológico y disposición a pagar un poco más por mejor calidad. En este sentido, el poblado se ajusta a estas condiciones, ya que concentra un flujo constante de personas, cuenta con alta actividad comercial activa y un perfil de consumidores acorde al producto. Por lo tanto, la decisión de ubicación se sustenta tanto en el análisis del mercado como en los hallazgos evidenciados en la encuesta.

Figura 20. Barrio El Poblado



Fuente: Google Maps (2026).

5.2.3. FICHA TECNICA DEL PRODUCTO: FLORA LIPS

Tabla 6. Ficha técnica del producto

ESPECIFICACIÓN	DETALLE TECNICO
NOMBRE DEL PRODUCTO	Labial Ecológico Hidratante Flora Lips
LINEA DEL PRODUCTO	Cosmética Natural / Orgánica
FORMATO	Barra solida
INGREDIENTES BASE	Mantecas vegetales (Cacao), ceras naturales, aceites orgánicos, pigmentos naturales • Remolacha (tonos rosados/rojos) • Cacao en polvo (tonos marrones) • Arcillas naturales (colores suaves) • Pigmentos minerales aprobados para cosmética
BENEFICIO PRIMARIO	Hidratación profunda, protección dermatológica hipoalergénica
GAMA CROMATICA	Tonos clásicos: Rosados y Rojos
PUBLICO OBJETIVO	Mujeres de 18 a 50 años del municipio de Giros especialmente en el poblado
ATRIBUTOS ETICOS	Producto 100% libre de testeo animal y materia prima orgánica
PRECIO SUGERIDO	Van desde \$10000 hasta los \$40000

Fuente: Autor (2026).

La ficha técnica consolida un producto de alto valor diferencial, diseñado especialmente para satisfacer las necesidades de salud y estética del mercado de Girón. Se concluye que la integración de mantecas vegetales, productos naturales y pigmentos minerales no solo cumple la promesa de valor orgánica, sino que responde directamente a la demanda de hidratación profunda identificada en la investigación de mercado. Al establecer un precio sugerido entre \$10000 y \$40000 con un enfoque cruelty-free, asegurando que el producto es técnico y económicamente accesible para el segmento objetivo.

5.2.4. FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

El siguiente flujo describe la lógica secuencial para la fabricación de los labiales integrando los controles necesarios para asegurar la calidad técnica demandada por los usuarios de las encuestas realizadas.

Tabla 7. Flujo de procesos de producción

FASE DE PRE-PRODUCCIÓN	
ADQUISICION DE MATERIA PRIMA	Compra de ceras, aceites, mantecas orgánicas con certificado de origen entre otros
CONTROL DE CALIDAD DE INSUMOS	Verificación de pureza y estado de conservación de los ingredientes naturales
FASE DE TRANSFORMACION (PROCESAMIENTO)	
PESAJE Y DOSIFICACIÓN	Medición precisa de componentes según la formulación estandarizada
FUSION (FASE GRASA)	Calentamiento controlado de ceras y mantecas hasta alcanzar el punto de fusión óptimo
INCORPORACIÓN DE PIGMENTOS	Mezcla homogénea de colorantes minerales y aceites para evitar grumos
MEZCLADO FINAL	Unión de la fase grasa con la fase de color bajo agitación constante
FASE DE MOLDEO Y ACABADO	
VACIADO	Vertido de mezcla líquida en moldes precalentados para evitar grietas térmicas
ENFRIAMIENTO	Solidificación controlada (puede requerir refrigeración para asegurar el brillo de la barra)
DESMOLDE E INSERTADO	Extracción de la barra y colocación en el envase ecológico definitivo
FASE POSTPRODUCCIÓN	
INSPECCION VISUAL	Control de calidad para detectar burbujas, irregularidades o manchas en el color

ETIQUETADO Y EMPAQUE

Aplicación de etiquetas con información ingredientes y sellos de sostenibilidad

ALMACENAMIENTO

Conservación en lugar fresco y seco antes de su distribución y venta

Fuente: Autor (2026).

El diseño del flujo de proceso garantiza una producción estandarizada y eficiente, minimizando los riesgos de variabilidad en la calidad del labial. Se concluye que el control riguroso en las fases de fusión y vertido es crítico para asegurar la integridad física y estética de la barra, evitando defectos como burbujas o grietas que podrían afectar la percepción de calidad del usuario. Este esquema operativo permite que la fabricación sea escalable, asegurando que Flora Lips pueda mantener un ritmo de producción constante para cubrir la frecuencia de compra detectada en el estudio de mercado.

Figura 21. Procesos de producción labiales Flora Lips



Fuente: Autor (2026).

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

5.2.5. MAQUINARIA IDENTIFICADA EN EL FLUJO DE PROCESO

5.2.5.1 FASE DE PRE-PRODUCCIÓN

- **BALANZA DIGITAL:** Verificación de pureza y peso de insumos orgánicos.

Figura 22. Balanza digital



Fuente: Autor (2026).

5.2.5.2 TRANSFORMACIÓN

- **MEZCLADOR MANUAL:** Integrador de pigmentos sin grumos.

Figura 23. Mezclador manual



Fuente: Autor (2026).

5.2.5.3 ACABADO

- **UNIDAD DE REFRIGERACIÓN (NEVERA PEQUEÑA):** Solidificación controlada para asegurar brillo y dureza.

Figura 24. Nevera



Fuente: Autor (2026).

5.2.5.4 ALMACENAMIENTO

- **TERMOHIGROMETRO:** Monitoreo de temperatura y humedad en bodega.

Figura 25. Termohigrómetro



Fuente: Autor (2026).

5.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

En esta fase se presentan los resultados derivados del diseño organizacional y la validación del marco normativo para la puesta de Flora Lips.

5.3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y DIRECCIONAMIENTO

Se definió una estructura funcional orientada a la eficiencia operativa de una empresa emergente:

- **ORGANIGRAMA:** Se consolidó una estructura jerárquica encabezada por una gerencia general, con áreas operativas clave: producción (enfocada en procesos químicos y artesanales), Comercial/Marketing y administrativa.

Figura 26 Organigrama



Fuente: Autor (2026)

- **MANUAL DE FUNCIONES:** Se establecieron perfiles de cargo específicos, destacando la necesidad de un operario técnico con conocimiento en manejo de ceras y pigmentos orgánicos para asegurar la calidad del producto

Figura 27 Manual de Funciones



Fuente: Autor (2026)

La implementación de este manual de funciones garantiza una delimitación clara de responsabilidades optimiza la comunicación interdepartamental y fortalece la eficiencia operativa de la empresa. Al alinear cada puesto del organigrama con tareas específicas, la organización asegura un control adecuado sobre sus procesos administrativos, comerciales y productivos, facilitando el cumplimiento de los objetivos estratégicos a corto y largo plazo

- **CULTURA ORGANIZACIONAL:** Se definieron la misión y visión, centradas en la sostenibilidad ambiental y el uso de ingredientes con certificados de origen.

5.3.2. MARCO LEGAL Y NORMATIVIDAD

Tras el análisis de la legislación comercial vigente en Colombia se determinaron los siguientes requerimientos obligatorios para la elaboración de Flora Lips:

- **Registro sanitario (INVIMA):** Al ser un producto cosmético, es imperativo cumplir con la Decisión 516 de la andina, que regula el control de calidad y vigilancia sanitaria de productos cosméticos. (INVIMA)
- **NORMATIVA AMBIENTAL:** Dado que el enfoque ecológico de Flora Lips, se alinearon los procesos de empaque y desechos de materias primas con las regulaciones locales de Girón para minimizar el impacto ambiental.

5.3.3. REQUERIMIENTOS DE TALENTO HUMANO

El análisis determino que, para la fase inicial de producción en Girón, se requiere un equipo base que garantice el cumplimiento del plan de producción propuesto, asegurando que cada nivel de autoridad este alineado con los objetivos de desarrollo sostenible del producto.

5.3.4. ESTUDIO LEGAL

En esta sección se presentan los resultados del estudio legal de Flora Lips, identificando la normativa aplicable y funcionamiento de la empresa, así como los principales requisitos legales para su operación

5.3.4.1 NOMBRE

Flora Lips

5.3.4.2 TIPO DE EMPRESA

Régimen simplificado (Persona natural)

5.3.4.3 CODIGO DE OPERACIÓN

4773 comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de cuidado personal.

5.4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

5.4.1. MISIÓN

Producir y comercializar labiales orgánicos de alta calidad en el municipio de Girón, utilizando materias primas ecológicas y procesos de manufactura sostenibles. Buscamos ofrecer a nuestros clientes una alternativa de belleza consciente que cuide su salud y proteja el medio ambiente, promoviendo el uso de los recursos a través de un modelo de economía circular.

5.4.2. VISIÓN

Para el año 2030, Flora Lips será reconocida en el departamento de Santander como la marca líder en cosmética orgánica artesanal, destacándose por su innovación y compromiso con el impacto ambiental cero. Proyectamos expandir nuestra presencia a mercados nacionales, consolidándonos como un referente de emprendimiento sostenible.

5.4.3. VALORES CORPORATIVOS

- **SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL:** Actuamos bajo el principio de “la cuna a la tumba” garantizando que cada etapa respete el entorno natural
- **TRANSPARENCIA ORGANICA:** Nos comprometemos a utilizar únicamente ingredientes de origen natural y renovable, rechazando el uso de productos nocivos
- **INNOVACIÓN RESPONSABLE:** Aplicamos el conocimiento técnico y tecnológico para optimizar nuestros procesos de transformación, buscando la máxima eficiencia y el menor desperdicio de recursos

- RESPETO
- RESPONSABILIDAD
- MEJORAMIENTO CONTINUO
- ORIENTACIÓN AL SERVICIO

5.4.4. ELABORACIÓN MATRIZ FODA

Por medio de observación directa y fuentes secundarias como lo fueron las encuestas, permitieron conocer las barreras legales y los estándares necesarios para Flora Lips

Tabla 8. MATRIZ FODA

FACTORES	FORTALEZAS (INTERNAS)	DEBILIDADES (INTERNAS)
ANALISIS	F1: Uso de materia prima 100% orgánica	D1: Capacidad de producción limitada inicialmente
	F2: Conocimiento técnico en los procesos de producción	D2: Bajo reconocimiento de la marca en el sector
	F3: Enfoque en la calidad técnica del producto	D3: Recursos financieros limitados
OPORTUNIDADES (EXTERNAS)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1: CRECIENTE TENDENCIA DE CONSUMO ECO-AMIGABLE	F1-O1: Posicionar la marca en ferias de emprendimiento resaltando el uso de materia prima 100% organiza	D1-O1: Acceder a programas de apoyo gubernamental para emprendedores con el fin de obtener un financiamiento que permita garantizar la productividad

O2: GOBIERNAMENTAL EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES	APOYO A	F2-O2: Establecer una alianza de distribución con establecimientos locales	D2-O3: Implementar un manual de servicio al cliente en puntos de ventas estratégicos a través de una experiencia superior
O3: ESTRATÉGICAS COMERCIOS LOCALES	ALIANZAS CON	F3-O3: Crear campañas de marketing que promocionen el uso de materia prima orgánica	D3-O1: Crear campañas de fidelización con los proveedores para que nos den mejor precio y poder aumentar la productividad
AMENAZAS (EXTERNAS)		ESTRATEGIAS (DA)	ESTRATEGIAS (FA)
A1: AGRESIVA DE TRADICIONALES CON PRECIOS BAJOS	COMPETENCIA MARCAS	D1-A1: Optimizar el modelo de distribución y procesos para reducir costos operativos y resistir la inestabilidad de precios de los insumos	F1-A1: Diferenciar el producto frente a la competencia de bajo costo mediante campañas educativas sobre el beneficio de los ingredientes naturales
A2: INESTABILIDAD EN LOS PRECIOS DE INSUMOS			
A3: NORMATIVAS DEL INVIMA	EXIGENCIAS ESTRICTAS	D2-A1: Realizar un lanzamiento controlado sobre un nicho para validar el producto antes de enfrentar la competencia masiva del mercado cosmético natural	F2-A3: Utilizar el conocimiento técnico para asegurar que el producto cumpla estrictamente con las normativas de INVIMA desde el primer lote

Fuente: Autor (2026).

Se logra identificar que Flora Lips demuestra ser una oportunidad sólida en Girón, al unir la fabricación de cosméticos naturales con un servicio al cliente de alta calidad. Gracias a la matriz FODA, se confirmó que el uso de ingredientes orgánicos y la optimización de los procesos productivos permiten enfrentar con éxito la competencia actual.

Llegando a una conclusión sólida, que aprovechando la tendencia ecológica y asegurando la satisfacción de los consumidores mediante el cumplimiento de estándares técnicos y administrativos Flora Lips tendrá éxito.

5.5. ANALISIS DEL CICLO DE VIDA (ACV)

Para Flora Lips, el ACB no es solo una teoría, sino la herramienta de gestión ambiental que valida la promesa de valor. Al analizar “desde la cuna hasta la tumba”, se demuestra que el labial es sostenible en todas sus etapas no solo en la formula final

- CUNA: La extracción y cultivo de materias primas (ceras y aceites orgánicos). Esto asegura que no se usaron pesticidas ni fertilizantes sintéticos desde el origen u optar por establecimiento que mantengan las mismas prácticas ya nombradas.
- PRODUCCIÓN: Las cuatro fases de transformación detalladas anteriormente.
- DISTRIBUCIÓN: El transporte a los puntos de venta.
- TUMBA: El momento en el que el consumidor termina el labial y desecha el envase, el cual está diseñado para biodegradarse.

Entradas y salidas en Flora Lips

- ENTRADAS (CONSUMO DE RECURSOS): Se cuantifica el uso de energía eléctrica para las estufas de fusión y la refrigeración, el agua para la limpieza de utensilios, y el combustible para el transporte de insumos.
- SALIDAS (EMISIONES Y RESIDUOS): Se identifican los mínimos residuos de producción (sobrantes de cera o pigmento), las emisiones de CO₂ del transporte y el residuo final. El objetivo es que estén salidas sean mínimas y de bajo impacto.

5.6. ESTUDIO FINANCIERO

5.6.1. INVERSION INICIAL EN MAQUINARIA Y EQUIPO

Tabla 9. Inversión en maquinaria

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (COP)	VALOR TOTAL (COP)
NEVERA	1	\$1.400.000	\$1.400.000
TERMOHIGROMETRO	1	\$200.000	\$200.000
BALANZA DIGITAL	1	\$40.000	\$40.000
MEZCLADOR MANUAL	2	\$12.000	\$24.000
MUEBLES Y ENSERES	1	\$2.000.000	\$2.000.000
ADECUACIÓN DEL LOCAL	1	\$3.000.000	\$3.000.000
COMPUTADOR	1	\$3.500.000	\$3.500.000
IMPRESORA	1	\$1.000.000	\$1.000.000
MESA DE TRABAJO	1	\$250.000	\$250.000
MOLDE DE LABIAL	4	\$35.000	\$140.000
TOTAL, INVERSIÓN EN MAQUINARIA			\$11.554.000

Fuente: Autor (2026).

Se concluye que el requerimiento de capital para activos fijos es bajo (\$10.554.000), lo que reduce las barreras de entrada al mercado cosmético artesanal. La adquisición de equipos especializados como el termohigrómetro y la balanza digital asegura que el proceso productivo cumpla con los estándares técnicos de estandarización y control ambiental necesarios para la normativa sanitaria.

5.6.2. CLASIFICACIÓN COSTOS MENSUALES

Tabla 10. Clasificación costos fijos mensuales

CATEGORIA	CONCEPTO	VALOR MENSUAL (COP)
-----------	----------	---------------------

COSTOS FIJOS	Arriendo del local (Sector el poblado)	\$1.000.000
	Servicios Públicos (Agua, Energía, Internet)	\$500.000
	Mano de Obra (2 Operario)	\$4.000.000
	TOTAL, COSTOS FIJO	\$5.500.000

Fuente: Autor (2026).

El análisis de costos fijos evidencia que la estructura operativa de la empresa esta optimizada para el entorno de Girón, donde el rubo más significativo es el talento humano. La inclusión de la depreciación dentro de gastos garantiza la sostenibilidad financiera a largo plazo, permitiendo la futura reposición de la maquinaria sin afectar la liquidez de la organización.

5.6.3. COSTO VARIABLE UNITARIO (CVu)

Tabla 11. Costo unitario

INSUMO	DESCRIPCIÓN	VALOR POR UNIDAD (COP)
MATERIA PRIMA	Ceras, aceites y pigmentos naturales	\$4.200
EMPAQUE	Envase biodegradable y etiqueta	\$1.800
INSUMOS MENORES	Gas (fusión) y desinfectantes	\$500
TOTAL, VARIABLE (CVU)		\$6.500

Fuente: Autor (2026).

Se determina que el costo de fabricación por unidad (\$6500) representa solo el 32.5% del precio de venta final, lo que otorga un margen de maniobra amplio para enfrentar posibles variaciones en los precios de los insumos orgánicos. Este costo competitivo es el resultado de una selección eficiente de proveedores de ceras y pigmentos naturales de la región.

5.6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO (RENTABILIDAD)

Tabla 12. Punto de equilibrio

VARIABLE	VALOR	JUSTIFICACIÓN
PRECIO DE VENTA (P)	\$17.000	Precio aceptado en el mercado de Girón
COSTO VARIABLE (CVU)	\$6.500	Insumos y empaque orgánicos
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$10.500	Ganancia bruta por cada labial
COSTOS FIJOS MENSUALES	\$5.500.000	Costo mensual fijo
PUNTO DE EQUILIBRIO (PESOS)	\$11.000.000	UNIDADES MIN X 17.000
PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)	524 UNIDADES	\$5.500.000 / \$8.500

Fuente: Autor (2026).

El punto de equilibrio se establece en 524 unidades mensuales, una cifra conservadora si se compara con la población objetivo de mujeres en el sector del Poblado y sus alrededores. Esto demuestra que el proyecto alcanza su zona de rentabilidad con relativa facilidad, cubriendo la totalidad de sus obligaciones financieras vendiendo menos del 73% de su capacidad proyectada

5.6.5. PROYECCION DE VENTAS

La proyección de ventas se realizó para un horizonte de cinco años, considerando un crecimiento anual del 10%, sustentando el posicionamiento progresivo de la marca, el incremento de los clientes y potencialmente el fortalecimiento de las estrategias.

Tabla 13. Proyección Capacidad Anual

CONCEPTO	VALOR
PRODUCCION DIARIA	30 labiales

DIAS DE TRABAJO AL MES	24 DIAS
CAPACIDAD MENSUAL	720 UNIDADES
CAPACIDAD ANUAL	7200

Fuente: Autor (2026).

Tabla 14. Proyección de Ventas

AÑO	UNIDADES VENDIDAS	PRECIO UNITARIO + 10%	INGRESOS ANUALES
1	7200	\$17.000	\$122.400.000
2	7200	\$18.700	\$134.640.000
3	7200	\$20.570	\$148.104.000
4	7200	\$22.627	\$162.914.400
5	7200	\$24.890	\$179.208.000

Fuente: Autor (2026).

La proyección de ventas refleja un comportamiento financieramente estable y sostenible para Flora Lips. Al fijar el volumen de ventas en 7200 unidades anuales, el modelo respeta de manera estricta el límite de la capacidad instalada en la planta en el sector. El incremento progresivo en los ingresos totales en los años posteriores obedece a una estrategia de ajuste gradual en el precio de venta impulsada por el posicionamiento de la marca y la dinámica inflacionaria del mercado de cosméticos orgánicos, lo que permite asegurar una entrada constante de recursos sin sobrepasar la capacidad de producción física establecida ni incurrir en costos operativos desproporcionados durante los primeros años de operación

5.6.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

Tabla 15. Resultados Proyectados - Año 1

CONCEPTO	VALOR
VENTAS NETAS	\$122.400.000
(-) COSTOS VARIABLES	\$46.800.000
UTILIDAD BRUTA	\$75.600.000
(-) COSTOS FIJOS ANUALES	\$66.000.000
UTILIDAD OPERACIONAL	\$9.600.000
(-) IMPUESTOS ESTIMADOS (20%)	\$1.920.000
UTILIDAD NETA ANUAL	\$7.680.000

Fuente: Autor (2026).

El estado de resultados proyectados muestra que Flora Lips obtiene una utilidad de \$58.656.000 durante el primer año de funcionamiento. Este resultado demuestra que los ingresos proyectados son suficientes para cubrir los costos de producción, los gastos operacionales y las obligaciones tributarias, permitiendo generar beneficios económicos para los inversionistas desde el inicio de Flora Lips

5.6.7. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja permite analizar el comportamiento de las entradas y salidas de efectivo de la empresa durante el primer año de operación, facilitando la evaluación de liquidez y la capacidad para cumplir oportunamente sus obligaciones financieras.

Tabla 16. Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTO	VALOR
ENTRADAS POR VENTAS	\$122.400.000
SALIDAS POR COSTOS VARIABLES	\$46.800.000
SALIDAS POR COSTOS FIJOS	\$66.000.000
INVERSION INICIAL (-)	\$11.554.000
FLUJO NETO DE CAJA	-\$1.954.000

Fuente: Autor (2026).

El flujo de caja proyectado evidencia que el proyecto requiere una inversión inicial de \$11.554.000. durante el primer año de operación se presenta un flujo neto negativo de \$1.954.000, situación que se justifica por los costos de puesta en marcha y el inicio de las actividades comerciales. A partir del segundo año el proyecto genera flujos de caja positivos y crecientes, lo que demuestra una adecuada capacidad para recuperar la inversión y generar excedentes económicos

5.6.8. VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Tabla 17. VPN

AÑO	1		2		3		4		5	
FLUJO	-11.554.000	-1.954.000	17.160.000	24.720.000	32.280.000	39.840.000				
VAN						61.097.221				

Fuente: Autor (2026).

El valor neto (VAN o VPN) es de \$61.097.221 es positivo, lo que indica que al, descontar los flujos de efectivo a una tasa de oportunidad del 12%, el proyecto genera un valor adicional para los inversionistas. En consecuencia, desde el punto de vista financiero, el proyecto es viable.

5.6.9. TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 18. Tasa interna de Retorno

TIR	89%
-----	-----

Fuente: Autor (2026)

La tasa interna de Retorno (TIR) del 89% supera ampliamente la tasa de oportunidad establecida del 12%, lo que demuestra que Flora Lips ofrece una

rentabilidad significativamente superior al rendimiento mínimo esperado por los inversionistas. Este resultado confirma la viabilidad financiera del plan de negocio.

5.6.10 MARKETING MIX

5.6.10.1 PRODUCTO

Flora Lips ofrecerá labiales ecológicos elaborados con ingredientes naturales, libres de componentes nocivos. El producto estará disponible en diferentes tonalidades y acabados brindando hidratación, protección y larga duración. Además, contara con empaques biodegradables, fortaleciendo el compromiso de la empresa con el cuidado del medio ambiente y la salud del consumidor. Con el fin de diferenciar la marca mediante combinaciones de calidad, sostenibilidad y responsabilidad ambiental

- **BENEFICIOS:** Ofrece hidratación profunda y protección dermatológica mediante ingredientes 100% naturales, utilizando empaques biodegradables

Figura 28 Labial Flora Lips



Fuente: Autor (2026)

- **LOGO Y CARACTERÍSTICAS:** Presentado sobre una textura de papel ecológico de alta calidad, ideal para proyectar una imagen sostenible en empaques biodegradables, etiquetas e impresos promocionales

Figura 29 Logo Flora Lips



Fuente: Autor (2026)

5.6.10.2 PRECIO

Se implementará una estrategia de precios competitivos, considerando el poder adquisitivo del mercado objetivo y el valor agregado de cada producto. El precio será accesible para incentivar la compra y posicionar la marca sin afectar la rentabilidad del negocio. Se aplicarán estrategias como descuentos, promociones y obsequios para clientes fieles.

- **POLITICAS DE PRECIO:** La política de fijación del precio en \$17.000 resulta idónea porque se ajusta exactamente al rango de disposición de pago del mercado local, asegurando a la competitividad frente a productos industriales y manteniendo un sólido margen de contribución para absorber costos fijos y aplicar promociones.

- **PUNTO DE EQUILIBRIO:** Al contar con un margen de contribución alto, Flora Lips requiere un volumen de ventas moderado para cubrir la totalidad de sus costos operativos; esto representa un bajo riesgo financiero para la idea de negocio y confirma la rentabilidad con un número alcanzable de unidades comercializadas por mes.

5.6.10.3 PLAZA

La comercialización se realizará en Girón mediante venta directa, redes sociales y canales digitales. Adicionalmente, se buscarán alianzas con tiendas de cosméticos, establecimientos de productos naturales y emprendimientos locales para ampliar la cobertura del mercado.

5.6.10.4 PROMOCION

La estrategia de promoción estará enfocada principalmente en medios digitales, utilizando plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para dar a conocer la marca y sus beneficios. Se desarrollarán campañas de contenido sobre el uso de ingredientes naturales, el cuidado ambiental y las ventajas de los labiales ecológicos. Asimismo, se implementarán promociones, descuentos y colaboraciones con creadores para fortalecer el reconcomiendo de la marca

- **FUERZA DE VENTAS:** La estructura de ventas híbrida es eficiente porque combina la atención directa personalizada (física y digital) con una red de distribuciones locales, lo que permite maximizar la presencia comercial en Girón sin elevar considerablemente los costos fijos de nómina.

- **PUBLICIDAD Y PROMOCION:** La estrategia publicitaria basada en contenidos educativos digitales y experiencias presenciales de prueba es acertada para transformar el desconocimiento sobre la cosmética ecológica en intención de compra, diferenciando a Flora Lips por sus beneficios de salud y sostenibilidad.

5.6.11 PLAN DE ACCIÓN

Tabla 19. Plan de acción

CATEGORIA	ESTRATEGIA	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	TIEMPO
ESTUDIO DE MERCADO	(F1-O1) Posicionar la marca en ferias de emprendimiento resaltado el uso de materia prima orgánica	Marketing	Planificar la participación inscripción en ferias y eventos eco-amigables	Semana 1
ESTUDIO DE MERCADO	F3-O3: Crear campañas de marketing que promociónen el uso de materia prima orgánica	Marketing	Diseñar el plan de marketing digital enfocado en la materia prima 100% orgánica	Semana 2
ESTUDIO DE MERCADO	(F1-A1) Diferenciar el producto frente a la competencia de bajo costo mediante campañas educativas sobre el beneficio de los ingredientes naturales	Marketing	Desarrollar contenido educativo sobre los beneficios de la cosmética natural	Semana 3
ESTUDIO DE MERCADO	(D2-A1) Realizar un lanzamiento controlado sobre un nicho para validar el producto antes	Marketing	Diseñar la prueba piloto de comercialización enfocada en un nicho de mercado específico	Semana 4

ESTUDIO TECNICO	de enfrentar la competencia masiva (F2-A3) Utilizar el conocimiento técnico para asegurar que el producto cumpla estrictamente con las normativas de INVIMA desde el primer lote	Control de Calidad	Diseñar e implementar los protocolos de manufactura requeridos para cumplir la norma INVIMA	Semana 5
ESTUDIO TECNICO	(D1-A1) Optimizar el modelo de distribución y procesos para reducir costos operativos y resistir la inestabilidad de los insumos	Gerente de producción	Rediseñar el flujo productivo y la cadena logística para recortar costos operativos	Semana 6
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	(F2-O2) Establecer una alianza de distribución con establecimientos locales	Comercial	Negociar y formalizar acuerdos comerciales con puntos de venta y comercios locales	Semana 6
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	(D2-O3) Implementar un manual de servicio al cliente en puntos de ventas estratégicos a través de una experiencia superior	Servicio al cliente	Redactar e implementar el manual de servicio al cliente enfocado en valor agregado	Semana 8
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	Cumplir la normatividad	Gerencia General	Identificar los requisitos legales para la empresa	Semana 7
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	Fortalecer la gestión empresarial	Gerencia General	Elaborar el direccionamiento	Semana 8

	estratégico y la matriz FODA			
ESTUDIO AMBIENTAL	Reducir el impacto ambiental	Control de Calidad	Diseñar estrategias para la gestión de recursos	Semana 9
ESTUDIO AMBIENTAL	Promover una producción sostenible	Gerente de Producción	Diseñar estrategias para la gestión de residuos	Semana 9
ESTUDIO FINANCIERO	Determinar la inversión requerida	Logística y Compras	Calcular la inversión inicial en maquinaria y equipos	Semana 10
ESTUDIO FINANCIERO	Analizar los costos del proyecto	Gerencia General	Clasificar costos fijos y variables	Semana 11
ESTUDIO FINANCIERO	Evaluar la viabilidad económica	Gerencia General	Calcular el costo unitario y el punto de equilibrio	Semana 13
ESTUDIO FINANCIERO	Evaluar la rentabilidad	Gerencia General	Elaborar la proyección financiera y analizar la viabilidad del proyecto	Semana 13
CIERRE DEL PROYECTO	Consolidar el trabajo de grado	Gerencia General	Elaborar conclusiones y recomendaciones	Semana 14
CIERRE DEL PROYECTO	Finalizar el proyecto	Gerencia General	Revisión y entrega del documento final	Semana 25

Fuente: Autor (2026).

Este plan de acción permitió organizar de manera estructurada las actividades necesarias para el desarrollo de Flora Lips, estableciendo estrategias, responsables y tiempos de ejecución acordes con la estructura organizacional. Su implementación facilita el seguimiento de cada una de las etapas del estudio de mercado, técnico,

administrativo, ambiental y financiero, asegurando una adecuada coordinación entre las áreas involucradas y contribuyendo al cumplimiento de los objetivos planteados.

6 CONCLUSIONES

El desarrollo del plan de negocio permitió demostrar la viabilidad de la creación de Flora Lips. A través de los estudios de mercado, fue posible identificar una oportunidad de negocio sustentada en la creciente preferencia de los consumidores por productos de belleza elaborados con ingredientes naturales y menor impacto ambiental. Los resultados obtenidos evidencian que existe una demanda potencial para este tipo de cosméticos ecológicos, así como las condiciones técnicas y operativas necesarias para su producción y comercialización

De igual forma, el análisis financiero mostro indicadores favorables de rentabilidad, permitiendo concluir que el proyecto es económicamente viable y tiene capacidad para generar utilidades y recuperar la inversión realizada.

Asimismo, la incorporación de prácticas sostenibles en los procesos productivos fortalece la propuesta de valor, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y respondiendo a nuevas tendencias de consumo responsable. En conjunto, el plan de negocio constituye una alternativa empresarial sólida, competitiva y con posibilidades de crecimiento, aportando al desarrollo económico local, la generación de empleo y la promoción de productos cosméticos ecológicos que satisfacen las necesidades y expectativas del mercado. El valor presente neto (VPN) resulto significativamente positivo, lo que confirma que el modelo de negocio genera un valor agregado sustancial por la tasa de descuento exigida. Asimismo, la tasa interna de retorno (TIR) supero de forma holgada el costo promedio ponderado, demostrando un margen de seguridad financiera solido que asegura un periodo de recuperación de la inversión altamente atractivo para inversionistas.

Esta factibilidad financiera se fundamenta en la estructuración estratégica del Marketing Mix (4Ps) el cual articula la propuesta de valor con las condiciones de mercado. En cuanto al producto, se formulo un labial hidratante elaborado con insumos 100% naturales como manteca de cacao, aceites vegetales y pigmentos minerales. en cuanto al precio se fijo un valor establecido garantizando la absorción de los costos y un volumen operativo bajo y alcanzable.

En cuanto a la distribución, se adoptó un esquema hibrido que combina la venta directa en un punto físico en el barrio el poblado de Girón y canales digitales, junto con la distribución indirecta mediante alianzas con otros establecimientos, la promoción se enfoca en el marketing educativo en redes sociales reforzando con pruebas presenciales y muestras en ferias locales para superar el desconocimiento sobre el producto.

Asimismo, la incorporación de prácticas sostenibles fortalece la propuesta de valor y responde a las tendencias de consumo responsable en Santander. En conjunto, el plan de negocio representa una alternativa sólida, competitiva y escalable que impulsa el desarrollo económico local y la consolidación de cosméticos ecológicos adaptados al mercado.

7 RECOMENDACIONES

Implementar el proyecto siguiendo el plan de acción establecido, con el fin de garantizar el cumplimiento de las actividades y objetivos propuestos.

Realizar estudios de mercado periódicos para identificar nuevas tendencias y necesidades de los consumidores.

Mantener altos estándares de calidad en la selección de materias primas y en el proceso de fabricación, con el propósito de fortalecer la confianza y la satisfacción de los clientes.

Promover estrategias de marketing digital y el uso de redes sociales para ampliar el posicionamiento de la marca y aumentar su participación en el mercado.

Evaluar continuamente los resultados financieros y operativos de la empresa para identificar oportunidades de mejora y asegurar la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.

8 Bibliografía

Conciencia.eco. (10 de 11 de 2023). *Consumidor Ecologico: El camino Hacia un Futuro Sostenible*. Obtenido de Conciencia.eco: <https://conciencia.eco/consumidor-ecologico/>

El Cronista. (13 de 11 de 2024). *Los peligros ocultos de los labiales: toxinas que afectan la salud hormonal, respiratoria y cutánea*. Obtenido de El Cronista: <https://www.cronista.com/colombia/curiosidades/los-peligros-ocultos-de-los-labiales-toxinas-que-afectan-la-salud-hormonal-respiratoria-y-cutanea/>

INVIMA, I. N. (s.f.). *DECISION 516*. BOGOTA.

Manriquez, G. (10 de 12 de 2014). *ResearchGate*. Obtenido de REVISIÓN CONCEPTUAL Y DEFINICIÓN DEL TÉRMINO EMPRENDIMIENTO PARA LA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN INDUSTRIAL: https://www.researchgate.net/publication/319149176_REVISION_CONCEPTUAL_Y_DEFINICION_DEL_TERMINO_EMPRENDIMIENTO_PARA_LA_TECNOLOGIA_EN_GESTION_INDUSTRIAL

MUI, R. (31 de 03 de 2024). *Descubre como el lapiz labial se transformo en un simbolo de estatus en la antiuegidad a un imprescindible de belleza moderna*. Obtenido de Mui seguinos: <https://mui.today/belleza/La-evolucion-del-lapiz-labial-un-viaje-desde-la-antiguedad-hasta-hoy-20240331-0010.html>

NATURE COSMETICS. (11 de 11 de 2024). *"Labiales naturales: Descubre sus beneficios y porque deberias usarlos"*. Obtenido de NATURE COSMETICS:
<https://naturecosmetics.es/blogs/cosmetica-natural/labiales-naturales-descubre-sus-beneficios-y-por-que-deberias-usarlos>

Polvo, N. (05 de 09 de 2023). *Sustancias tóxicas en labiales podrian causar graves problemas de salud*. Obtenido de SALUD180:
<https://www.salud180.com/bienestar/sustancias-toxicas-en-labiales-podrian-causar-graves-problemas-de-salud>

PROCOLOMBIA. (2023). *Girón*. Giron.

Quiroa, M. (14 de 10 de 2024). *Comportamiento del consumidor*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/comportamiento-del-consumidor.html>

Reina, B. (25 de 05 de 2022). *Cómo la gestión de los residuos orgánicos puede contribuir a la sostenibilidad*. Obtenido de CIENCIA CONJUNTA La ciencia de todos:
https://cienciaconjunta.com/ciencias-ambientales/como-la-gestion-de-los-residuos-organicos-puede-contribuir-a-la-sostenibilidad/?expand_article=1

Rivas, J. (15 de 04 de 2024). *Descubre los metodos deductivo, inductivo, analitico y sintetico*. Obtenido de Linguistica.gea.lat: https://linguistica.gea.lat/descubre-los-metodos-deductivo-inductivo-analitico-y-sintetico/#google_vignette

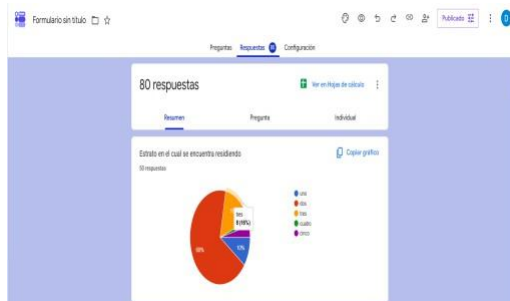
Rodrigo, R. (25 de 12 de 2025). *Investigación mixta: Definicios, tipos, características y ejemplos*. Obtenido de Estudiando: https://estudiando.com/investigacion-mixta-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/#google_vignette

Servicioscontabilidad.com. (30 de 09 de 2025). *El marco legal de una empresa: la base que asegura su futuro en Colombia*. Obtenido de Servicioscontabilidad.com: <https://servicioscontabilidad.com/marco-legal-empresa-colombia/>

Swisscontact. (6 de 07 de 2023). *La industria de cosmética ecológica: un sector en crecimiento y comprometido con la biodiversidad colombiana*. Obtenido de Swisscontact: <https://colombiamascompetitiva.com/la-industria-de-cosmetica-ecologica-un-sector-en-crecimiento-y-comprometido-con-la-biodiversidad-colombiana/>

9 ANEXOS

- Resultados de la Encuesta



- Mapas de Ubicación



- Soportes del Estudio Financiero

Protección de Ventas Anuales

Estado de Resultados Proyectado

Flujo de Caja

Año	CONCEPTO	VALOR
Año 1	ENTRADA POR VENTAS	\$ 100.000.000,00
	SALIDA POR COSTOS VARIABLES	\$ 40.000.000,00
	SALIDA POR COSTOS FIJOS	\$ 10.000.000,00
	INTERES POR PRÉSTAMO	\$ 10.000.000,00
	FLUJO NETO DE CASH	\$ 30.000.000,00
Año 2	ENTRADA POR VENTAS	\$ 100.000.000,00
	SALIDA POR COSTOS VARIABLES	\$ 40.000.000,00
	SALIDA POR COSTOS FIJOS	\$ 10.000.000,00
	INTERES POR PRÉSTAMO	\$ 10.000.000,00
	FLUJO NETO DE CASH	\$ 30.000.000,00
Año 3	ENTRADA POR VENTAS	\$ 100.000.000,00
	SALIDA POR COSTOS VARIABLES	\$ 40.000.000,00
	SALIDA POR COSTOS FIJOS	\$ 10.000.000,00
	INTERES POR PRÉSTAMO	\$ 10.000.000,00
	FLUJO NETO DE CASH	\$ 30.000.000,00

- Manual de Funciones

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023