

X BEAUTY

Proyecto de grado para optar por el título de  
INGENIERA QUÍMICA

Laura Daniela Diaz Ortiz  
Michael Steven Patacón Vargas

Directores

CLAUDIO ALBERTO MORENO LOPEZ  
Ing. Automatización

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA QUÍMICA  
BOGOTÁ D.C

2024

## DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la universidad y rector del claustro

Dr. Mario Posada García Peña

Consejero Institucional

Dr. Luis Jaime Posada García Peña

Vicerrectora Académica

Dra. María Fernanda Vega de Mendoza

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Vicerrectora de Investigaciones y Extensión

Dra. Susan Margarita Benavides Trujillo

Secretario General

Dr. José Luis Macías Rodríguez

Decana de Ingenierías

Ing. Naliny Patricia Guerra Prieto

Directora Departamento de Ingeniería Ambiental e Ingeniería Química

Ing. Nubia Liliana Becerra Ospina



# Informe Ejecutivo

BELLEZA MÁS ALLÁ DE LA APARIENCIA

**Laura Daniela Diaz Ortiz**

Director

Michael Steven Patacón Vargas

Claudio Alberto Moreno Lopez



## **1 ¿QUIÉNES SOMOS?**

**1**

Somos una marca de cosméticos colombiana enfocada en la producción de maquillaje orgánico gama media, nos centramos en diseñar, crear y fabricar productos que brinden salud y bienestar a nuestros clientes. Nuestra pestañina de crecimiento y fortalecimiento acerca al consumidor a un cuidado más allá de lo superficial.

## **2 PROPUESTA ÚNICA DE VALOR**

**2**

Para resolver los problemas de nuestro cliente objetivo diseñamos una pestañina, mayormente orgánica, de fácil remoción al contacto con agua y costo moderado, que permitirá a las personas incrementar y fortalecer la salud de sus pestañas.

Nuestra pestañina agrega valor al cliente ya que resuelve sus mayores dolores al utilizar y remover la pestañina, además, debido a su formulación permitirá incrementar la salud actual de sus pestañas (largo, grosor y espesor).

## **3 DESARROLLO TÉCNICO**

**3**

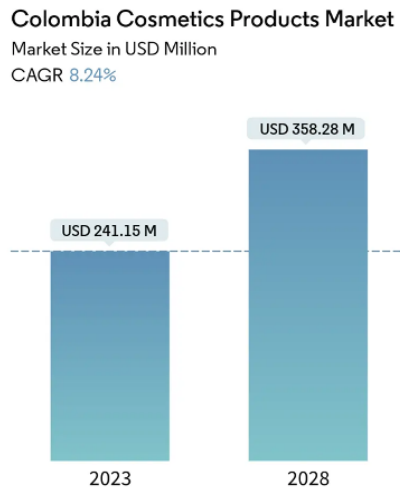
Inicialmente formulamos una pestañina con ingredientes veganos, en el laboratorio desarrollamos 5 diferentes formulaciones, en este proceso, se hizo necesario el acompañamiento de docentes y expertos en el área para lograr una correcta fusión de las ceras, evitando su ebullición y la pérdida de propiedades de los componentes activos, además de, estudio propio teórico y experimental de los tipos de emulsiones cosméticas, resultando como elegida para nuestro producto final la emulsión W/O. El procedimiento final se encuentra simplificado mediante un diagrama de bloques de proceso (PFD) en el Anexo 1.

Según datos de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Colombia ocupa el cuarto lugar en ventas de productos de maquillaje y cosméticos en América Latina, y es uno de los países de más rápido crecimiento en la industria cosmética debido al creciente interés de los consumidores en los productos cosméticos.

McKinsey también advierte que el consumidor de productos cosméticos y de cuidado personal cambió sus intereses y hábitos durante la pandemia. Ahora la belleza tiene una concepción que va más allá del aspecto físico, por lo que se ha fortalecido su asociación con la salud y el bienestar.

.....

**Figura 1. Mercado de productos cosméticos en Colombia**



Source : Mordor Intelligence 

**Nota:** Muestra del tamaño de mercado de productos cosméticos en el país. Tomado de: Mordor Intelligence.

.....

Estudiante de ingeniería química, representante de los estudiantes ante el Consejo Superior de la Universidad de América, con experiencia en desarrollo de proyectos multiculturales en Colombia y Estados Unidos, idioma inglés C1 certificado, con más de un año de experiencia en ventas internas B2B en el sector de tecnología.

.....

**Figura 2.** Imagen de Laura Daniela Diaz



**Nota:** CEO de la compañía.

.....

Estudiante de ingeniería química, con experiencia en el comercio de diferentes tipos de productos, análisis de datos y servicio al cliente, se desempeña como analista para la prevención del lavado de activos para un banco internacional.

.....

**Figura 3.** Imagen de Michael Steven Patacón



**Nota:** COO de la compañía.

Nuestro capital se generará de manera directa con la venta de las pestañinas, es decir, somos una empresa tradicional y B2C, además, por el momento, no existen varias líneas de negocio, simplemente con la venta de nuestro producto se acreditará la empresa.

Consideramos al marketing digital como herramienta fundamental y estrategia para captar la atención de nuevos clientes, y aprovechando el auge de las redes sociales, los anuncios y videos de los consumidores o influenciadores utilizando el producto y dando testimonio del crecimiento que brinda el mismo.

Fieles a la idea de que el cliente entiende mejor que nadie lo que necesita y con el fin de retenerlos, implementaremos canales de comunicación postventa, que nos permitan obtener datos que alimenten la línea de investigación de nuestros productos nuevos y retroalimentan a los productos ya existentes.

La disponibilidad y existencia de productos con nuestra propuesta de valor es escasa o nula, por lo que es una buena opción para hacernos relevantes frente a nuestro nicho.

Nuestra pestañina es la mejor para el nicho de mercado por la simple razón de que proporcionamos una alternativa más limpia y saludable en los componentes comunes de las pestañinas presentes en el mercado, adicional a la poca o casi nula existencia de este tipo de productos (pestañinas orgánicas) en Colombia.

El costo de unidad de venta (CLV) es de \$9.915 pesos colombianos (COP)

El costo de adquisición de venta (CAC) será de \$25.000 pesos colombianos (COP)

.....

**Tabla 1.** Proyección financiera y aspectos económicos

Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas esperadas	N/A	\$ 62.500.000,00	\$ 71.875.000,00	\$ 82.656.250,00	\$ 95.054.687,50	\$ 109.312.890,63
Ingresos recurrentes	N/A	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos no recurrentes	N/A	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos Financieros	N/A	\$ -	\$ 500.000,00	\$ 575.000,00	\$ 600.000,00	\$ 650.000,00
Total Ingresos	N/A	\$ 62.500.000,00	\$ 72.375.000,00	\$ 83.231.250,00	\$ 95.654.687,50	\$ 109.962.890,63
Egresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos laborales		\$ 23.328.552,00	\$ 25.078.193,40	\$ 26.708.275,97	\$ 28.577.855,29	\$ 30.635.460,87
Materia Prima		\$ 8.762.274,90	\$ 9.419.445,52	\$ 10.031.709,48	\$ 10.733.929,14	\$ 11.506.772,04
Administrativos		\$ 1.250.000,00	\$ 1.437.500,00	\$ 2.892.968,75	\$ 3.326.914,06	\$ 4.372.515,63
Gastos de Ventas		\$ 1.875.000,00	\$ 2.156.250,00	\$ 2.479.687,50	\$ 2.479.687,50	\$ 3.279.386,72
Inversiones en capex		\$ 2.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Pago de intereses		\$ 2.415.132,58	\$ 2.415.132,58	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos recurrentes		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos NO recurrentes		\$ 2.000.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 500.000,00
Total Egresos		\$ 41.630.959,48	\$ 44.006.521,50	\$ 45.612.641,70	\$ 47.118.385,99	\$ 51.294.135,25
Inversión Inicial	-\$ 27.762.274,90		0			
Flujo de caja antes de financiación e impuestos	-\$ 27.762.274,90	\$ 20.869.040,52	\$ 28.368.478,50	\$ 37.618.608,30	\$ 48.536.301,51	\$ 58.668.755,37
Pago de capital de la financiación		\$ 4.466.837,13	\$ 5.533.162,87	\$ 6.854.042,45	\$ -	\$ -
Flujo de caja antes de impuestos	-\$ 27.762.274,90	\$ 16.402.203,39	\$ 22.835.315,64	\$ 30.764.565,85	\$ 48.536.301,51	\$ 58.668.755,37
Pago de Impuestos		\$ 5.740.771,19	\$ 7.992.360,47	\$ 10.767.598,05	\$ 16.987.705,53	\$ 20.534.064,38
Flujo de caja después de financiación e impuestos		\$ 10.661.432,20	\$ 14.842.955,16	\$ 19.996.967,81	\$ 31.548.595,98	\$ 38.134.690,99
VPN	\$ 54.447.617,51		0			

**Nota:** Flujos de caja X Beauty de los primeros 5 años.

.....



X Beauty está conformado por ingenieros químicos con experiencia en desarrollo de producto, servicio al cliente, uso de bases de datos para análisis y ventas, además de sus asesores dinámicos y proactivos (químicos y diseñadores gráficos) permitirán un posicionamiento de marca y el desarrollo de nuevos productos que ataquen los dolores de nuestro nicho de mercado. Nuestro branding consecuente y llamativo referente a la salud de las pestañas, muy de la mano con el concepto de belleza limpia ''clean beauty'' marcarán un referente entre las marcas de cosméticos actuales. La pasión de nuestro equipo por el mercado cosmético será clave para un mayor entendimiento y acercamiento con nuestro buyer persona.

Cerraremos el 2024 como una de las empresas de cosméticas colombianas con mayor crecimiento, y continuaremos trabajando y desarrollando productos que incrementen la salud cutánea, capilar y/o facial de nuestros clientes.