

Dama Naranja Tienda Artesanal.

Autora:

Jael Masciel Gutiérrez Iriarte.

Asesor:

Andrés Mauricio Castro Figueroa.

Universidad Piloto de Colombia.

Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales.

Programa de Marketing.

2025.

Tabla de contenido

Capítulo 1: Introducción	4
Introducción	4
1.2. Planteamiento del problema.....	6
1.3. Pregunta de investigación.	9
1.4. Objetivos del plan de negocio.....	9
Objetivo General:.....	9
Objetivos Específicos:	10
1.5. Metodología del plan de negocio.....	10
1.6. Alcances y limitaciones.	12
Capítulo 2: Descripción de la empresa y propuesta de valor.....	14
2.1. Descripción de la empresa	14
2.2. Propuesta de valor.....	16
2.3. Misión y visión	16
2.4. Productos.....	17
2.5. Ventaja competitiva	18
2.6. Estructura Legal	19
Capítulo 3: Análisis del entorno y mercado.....	20
3.1. Análisis Pestel.....	20
3.2. Análisis del Sector de Cosmética Natural y Artesanías en Colombia.	23
3.3. Análisis del mercado objetivo.....	24
3.3.1. Segmentación del mercado	26
3.3.2 Tamaño del mercado meta y potencial	28
3.4. Análisis de la competencia.....	30
3.5. Análisis FODA.....	33
3.6. Modelo CANVAS.....	35
Capítulo 4: Plan de marketing.....	36
4.1. Estrategia de Ventas.....	38
4.2. Marketing Mix (7 ps)	40
4.3. Presupuesto de marketing	44
4.4. Métricas de marketing (kpis)	45
Capítulo 5: Plan operativo	46
5.1. Procesos clave: Producción artesanal y control de calidad.....	46
5.2. Proveedores y gestión de materias primas	47
5.3. Ubicación e infraestructura	48
5.4. Logística: inventario, almacenamiento y envíos.....	49
5.5. Capacidad productiva.....	51
Capítulo 6: Plan organizacional y de recursos humanos.	52
6.1. Estructura organizacional.....	52
6.2. Equipo fundador y directivo.	53
6.3. Roles y responsabilidades.	54
6.4. Necesidades de personal.	55
6.5. Organigrama.	56
Capítulo 7: Plan financiero.	57
7.1. Inversión inicial / necesidades de financiación.....	57

7.2. Proyección de ventas.....	58
7.3. Estructura de costos (fijos y variables)	61
7.4. Estado de resultados proyectado (3 a 5 años).	62
7.5. Flujo de caja proyectado	63
7.6. Evaluación financiera.....	64
7.7. Identificación de riesgos	65
Recomendaciones	68
Referencias.....	70
Anexos	73

Capítulo 1: Introducción

Introducción

El mercado de la cosmética capilar ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, impulsada por el creciente interés de los consumidores en productos naturales y sostenibles. En este contexto, Dama Naranja Tienda Artesanal surge como una propuesta innovadora que busca rescatar y promover las tradiciones artesanales colombianas, combinándolas con la necesidad de cuidado capilar específico para cabellos rizados, crespos y afro. Esta iniciativa no solo responde a una demanda creciente de productos capilares naturales, sino que también representa un esfuerzo por visibilizar y fortalecer la identidad cultural de comunidades afrodescendientes e indígenas a través de la producción artesanal.

Desde su inicio en 2019 en la localidad de Usaquén, Bogotá D.C., Dama Naranja ha evolucionado con el propósito de consolidarse como una marca de referencia en la industria cosmética capilar natural. Su enfoque no solo radica en la creación de productos de alta calidad, sino en la generación de un impacto positivo en la economía local, al trabajar de la mano con artesanos y productores nacionales. La empresa ha identificado una oportunidad en el mercado para ofrecer soluciones capilares adaptadas a las necesidades de consumidores que buscan alternativas libres de químicos agresivos, con ingredientes naturales y procesos de elaboración respetuosos con el ambiente.

El presente proyecto tiene la finalidad de estructurar y fortalecer la estrategia de crecimiento de Dama Naranja a través de un plan de negocio y estrategias de marketing digital,

permitiendo su posicionamiento como marca líder en el sector de la cosmética capilar artesanal en Bogotá D.C. Por medio de este documento, se abordarán los aspectos fundamentales que garantizarán la viabilidad comercial y financiera del proyecto, analizando el entorno competitivo, la segmentación del mercado y las estrategias de marketing necesarias para alcanzar los objetivos planteados.

En la actualidad, la marca enfrenta desafíos importantes, como la consolidación de su presencia en el mercado, el aumento de su participación en el sector y la fidelización de clientes. Para ello, es fundamental implementar estrategias integradas de marketing digital y posicionamiento cultural, que permitan fortalecer el reconocimiento de la marca y establecer una conexión más profunda con su público objetivo. En este sentido, el plan de negocio incluirá un análisis detallado del mercado, las tendencias de consumo y las herramientas necesarias para lograr una ventaja competitiva sostenible.

Adicionalmente, el modelo de negocio se fundamentará en la metodología CANVAS (Ash, 2010), lo que permitirá definir de manera clara los segmentos de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución, las fuentes de ingresos y la estructura de costos, entre otros aspectos clave. La implementación de este modelo facilitará la toma de decisiones estratégicas y la optimización de recursos, garantizando así la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto a mediano y largo plazo.

En conclusión, este plan de negocio representa una hoja de ruta esencial para el crecimiento y consolidación de Dama Naranja Tienda Artesanal. A través de un enfoque integral que combina tradición, innovación y sostenibilidad, la marca aspira a posicionarse como un referente en la industria de la cosmética capilar natural, ofreciendo productos de alta calidad que respondan a las

necesidades específicas de los consumidores y contribuyan al fortalecimiento del patrimonio cultural colombiano.

1.2. Planteamiento del problema.

El mercado de productos capilares artesanales para cabellos rizados, crespos y afro en Bogotá D.C. enfrenta diversos desafíos que limitan la expansión y posicionamiento de marcas emergentes como Dama Naranja Tienda Artesanal. A pesar de la calidad, autenticidad y formulación natural de sus productos, la marca no ha logrado una participación significativa en el mercado, lo que resalta la necesidad de desarrollar estrategias de promoción y comercialización efectivas para potenciar su reconocimiento y aumentar sus ventas. Este problema no solo afecta el crecimiento del negocio, sino que también limita la posibilidad de consolidar una comunidad fiel de consumidores que buscan alternativas capilares naturales, sostenibles y adaptadas a las necesidades específicas de su tipo de cabello.

Uno de los principales factores que contribuyen a esta situación es la falta de visibilidad de la marca dentro de un sector donde predominan los productos comerciales de grandes compañías con amplios recursos para campañas publicitarias masivas. La competencia con marcas industriales que han logrado posicionarse a través de estrategias agresivas de marketing digital, precios competitivos y una distribución eficiente representa una barrera considerable para el crecimiento de Dama Naranja. Además, la percepción de los consumidores sobre los productos artesanales suele estar asociada a precios elevados o dificultades de acceso, lo que puede afectar la intención de compra y la retención de clientes.

Otro aspecto clave en el problema identificado es la necesidad de comprender a profundidad el comportamiento del consumidor en este nicho de mercado. Las preferencias y hábitos de compra de personas con cabellos rizados, crespos y afro en Bogotá D.C., pueden estar influenciados por factores culturales, sociales y económicos. Estudios sobre la industria cosmética han evidenciado que las percepciones de belleza en Colombia varían ampliamente, y que las comunidades afrodescendientes han desempeñado un papel fundamental en la resignificación y valoración del cabello natural. Sin embargo, la falta de información precisa sobre los consumidores y sus motivaciones de compra impide que Dama Naranja desarrolle estrategias de comunicación y marketing alineadas con sus necesidades y expectativas.

Ante este panorama, es crucial identificar las barreras específicas que impiden que la marca alcance su máximo potencial. Entre ellas, se encuentra el desconocimiento general de los beneficios de los productos capilares artesanales, la escasa diferenciación frente a la competencia y la falta de un plan estructurado de marketing digital que permita aumentar la visibilidad de la marca y fortalecer la fidelización de clientes. A esto se suma la necesidad de establecer métricas claras para evaluar el impacto de las estrategias implementadas, lo que permitiría realizar ajustes y optimizar los resultados de manera continua.

Para abordar este problema, es indispensable el diseño e implementación de un plan de negocio estructurado que contemple estrategias de marketing integradas enfocadas en la digitalización, el posicionamiento cultural y la educación del consumidor. La construcción de una identidad de marca sólida basada en la autenticidad, la sostenibilidad y la innovación puede

contribuir a generar una mayor conexión emocional con los consumidores y a diferenciarse dentro del sector. Además, el fortalecimiento de la presencia digital mediante el uso de redes sociales, campañas de contenido educativo y alianzas con influenciadores especializados en cabello rizado y afro pueden ser herramientas clave para incrementar el alcance y reconocimiento de Dama Naranja en el mercado.

Asimismo, es esencial optimizar la estructura de costos y definir una estrategia de precios competitiva que permita garantizar la viabilidad financiera del negocio sin comprometer su propuesta de valor. La distribución debe expandirse a canales estratégicos como el comercio electrónico y la colaboración con tiendas especializadas y salones de belleza enfocados en los cabellos rizados, crespos, y afros, facilitando el acceso de los consumidores a los productos. De igual forma, la implementación de herramientas de analítica digital y encuestas de satisfacción permitirá medir la efectividad de las estrategias y realizar mejoras continuas para aumentar la tasa de retención de clientes.

En este contexto, la formulación del presente plan de negocio se enfoca en responder a la pregunta clave: ¿Cómo puede Dama Naranja Tienda Artesanal consolidarse como una marca de referencia en el mercado de productos capilares naturales para cabellos rizados, crespos y afro en Bogotá D.C., aumentando su participación y reconocimiento a través de estrategias de marketing digital, posicionamiento cultural e innovación, asegurando su sostenibilidad financiera y la fidelización de sus clientes a largo plazo?

El éxito de esta iniciativa dependerá de la capacidad de la marca para diseñar estrategias que aborden de manera efectiva y real las necesidades del consumidor y los desafíos del mercado, asegurando su crecimiento sostenible y su consolidación como un referente en la cosmética capilar natural para cabellos rizados crespos y afros, en Bogotá D.C.

1.3. Pregunta de investigación.

¿Cómo puede Dama Naranja Tienda Artesanal consolidarse como una marca de referencia étnica en el mercado de productos capilares naturales para cabellos rizados, crespos y afro en Bogotá D.C., aumentando su participación y reconocimiento a través de estrategias de marketing digital, e innovación, asegurando su sostenibilidad financiera y la fidelización de sus clientes a largo plazo?

1.4. Objetivos del plan de negocio

Objetivo General:

Desarrollar e implementar un plan de negocio estructurado para Dama Naranja Tienda Artesanal, que permita su posicionamiento como marca líder en cosmética capilar natural para cabellos rizados, crespos y afro en Bogotá D.C., asegurando rentabilidad y fidelización de clientes mediante estrategias de sostenibilidad, innovación y segmentación de mercado, garantizando su viabilidad financiera y comercial en el mediano y largo plazo.

Objetivos Específicos:

- Diseñar un plan financiero sostenible, estableciendo costos de producción, estructura de precios y punto de equilibrio, con el objetivo de alcanzar una rentabilidad del 20% sobre la inversión inicial en los primeros dos años.
- Reconocer el comportamiento del consumidor objetivo a través de estudios de mercado y encuestas, con el fin de definir estrategias de segmentación y comunicación eficaces en un plazo de seis meses.
- Establecer métricas de desempeño (Kepis) para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing, utilizando herramientas de analítica web y encuestas de satisfacción, con el objetivo de realizar mejoras continuas y aumentar la tasa de retención de clientes.

1.5. Metodología del plan de negocio.

Para el desarrollo del plan de negocio de Dama Naranja Tienda Artesanal, se ha adoptado el Modelo de Negocio Canvas, una herramienta estratégica que permite visualizar y estructurar de manera integral los componentes esenciales de la empresa. Este modelo, concebido por Alexander Osterwalder, se compone de nueve bloques fundamentales que describen cómo una organización crea, entrega y captura valor.

El proceso metodológico se inicia con la identificación de la Propuesta de Valor, que en el caso de Dama Naranja se centra en ofrecer productos capilares artesanales elaborados con ingredientes naturales, dirigidos específicamente a personas con cabellos rizados, crespos y afro.

Esta propuesta busca satisfacer las necesidades de un segmento de mercado que, tradicionalmente, ha sido “abandonado” por las marcas convencionales.

A continuación, se definen los Segmentos de Clientes, identificando y comprendiendo a fondo el público objetivo. Para ello, se llevan a cabo estudios de mercado y encuestas que permiten obtener información detallada sobre las preferencias, hábitos de compra y necesidades específicas de los consumidores potenciales para Dama Naranja Tienda Artesanal. Esta fase es crucial para garantizar que los productos y servicios ofrecidos estén alineados con las expectativas del mercado.

El siguiente paso implica la selección de los Canales de Distribución más efectivos para llegar al público objetivo. En este contexto, se considera la implementación de una plataforma de comercio electrónico, la participación activa en redes sociales y la colaboración con tiendas especializadas y salones de belleza en Bogotá D.C. Estos canales facilitan la accesibilidad de los productos y fortalecen la presencia de la marca en el mercado.

La Relación con los Clientes se establece mediante estrategias que promueven la fidelización y el compromiso. Esto incluye la creación de contenido educativo sobre el cuidado del cabello rizado, crespo y afro, la implementación de programas de lealtad y la atención personalizada al cliente. Estas acciones buscan construir una comunidad sólida en torno a la marca y fomentar relaciones duraderas con los consumidores.

En cuanto a las Fuentes de Ingreso, se proyectan ingresos provenientes de la venta directa de productos a través de la tienda en línea y punto de venta físico en Bogotá D.C., así como de posibles colaboraciones con salones de belleza que utilicen y recomienden los productos de Dama Naranja Tienda Artesanal.

La identificación de los Recursos Clave abarca aspectos como la formulación y producción de productos de alta calidad, un equipo comprometido y conocedor del mercado objetivo, y una sólida infraestructura tecnológica para el comercio electrónico. Las Actividades Clave incluyen la investigación y desarrollo de nuevos productos en la línea capilar, estrategias de marketing digital y gestión de la cadena de suministro.

Finalmente, se realiza un análisis detallado de la Estructura de Costos, identificando los gastos asociados a la producción, distribución, marketing y operaciones generales. Este análisis permite establecer una estrategia de precios adecuada que garantice la rentabilidad y sostenibilidad financiera del negocio.

Es importante destacar que este plan de negocio se encuentra en fase de ejecución, lo que implica que las estrategias y acciones descritas están en proceso de implementación y evaluación continua. La flexibilidad y capacidad de adaptación son esenciales para responder a las dinámicas del mercado y asegurar el éxito de Dama Naranja Tienda Artesanal en el sector de productos capilares naturales para cabellos rizados, crespos y afros en Bogotá D.C.

1.6. Alcances y limitaciones.

El plan de negocio para Dama Naranja Tienda Artesanal tiene como objetivo posicionar la marca como líder en cosmética capilar natural para cabellos rizados, crespos y afro en Bogotá D.C., garantizando rentabilidad y fidelización de clientes mediante estrategias de sostenibilidad, innovación y segmentación de mercado. Este proyecto, actualmente en fase de ejecución, abarca diversos aspectos clave que definen su alcance y establecen sus limitaciones.

El alcance del proyecto comprende el desarrollo e implementación de un plan financiero sostenible que establezca costos de producción, estructura de precios y punto de equilibrio, con la meta de alcanzar una rentabilidad del 20% sobre la inversión inicial en los primeros dos años. Además, se incluye la realización de estudios de mercado y encuestas para comprender el comportamiento del consumidor objetivo, permitiendo definir estrategias de segmentación y comunicación eficaces en un plazo de seis meses. Asimismo, se contempla la creación y monitoreo de métricas de desempeño (KPIs) para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing, utilizando herramientas de analítica web y encuestas de satisfacción, con el propósito de realizar mejoras continuas y aumentar la tasa de retención de clientes.

Sin embargo, el proyecto enfrenta ciertas limitaciones inherentes a su naturaleza y contexto. Una restricción significativa es la disponibilidad de recursos financieros y humanos, lo que puede influir en la capacidad para ejecutar todas las estrategias planificadas en los tiempos establecidos. Además, el mercado de productos capilares naturales es altamente competitivo y está en constante evolución, lo que podría afectar la rapidez con la que Dama Naranja Tienda Artesanal logra el posicionamiento deseado. Otra limitación es la dependencia de la aceptación del mercado objetivo; aunque se realicen estudios previos, siempre existe el riesgo de que las estrategias de marketing y los productos no generen la respuesta esperada por parte de los consumidores.

De igual forma, factores externos como cambios en las tendencias de consumo, regulaciones gubernamentales o situaciones económicas pueden impactar el desarrollo y éxito del proyecto. Para mitigar estas limitaciones, se requiere implementar un enfoque ágil en la gestión del proyecto, permitiendo adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y optimizar el uso de los recursos disponibles. Establecer alianzas estratégicas con otros actores del sector puede ampliar la capacidad operativa y reducir costos. Además, mantener una comunicación constante con el

público objetivo a través de diversos canales (digitales y en el punto físico de venta), permitirá ajustar las estrategias de marketing en función de la retroalimentación recibida, aumentando las posibilidades de éxito en la fidelización de clientes y el logro de la rentabilidad proyectada.

Capítulo 2: Descripción de la empresa y propuesta de valor

2.1. Descripción de la empresa

Dama Naranja Tienda Artesanal es mucho más que una boutique de productos capilares y artesanías; que contribuye a la riqueza cultural de Colombia, una representación tangible de la identidad ancestral de la costa atlántica colombiana, que se entrelaza con la innovación contemporánea. Nace en 2019 en la localidad de Usaquén, Bogotá D.C., por Carmen Cecilia Iriarte Palencia y Jael Masciel Gutiérrez Iriarte, madre e hija, esta empresa nació con la convicción de rescatar, preservar y celebrar las tradiciones artesanales que han sido transmitidas de generación en generación en el país.

Inspirada en la diversidad étnica de Colombia, Dama Naranja Tienda Artesanal, fusiona elementos de la herencia indígena y afrodescendiente, dando vida a una propuesta única en la que la tradición y la modernidad coexisten en armonía. Su especialización en productos capilares naturales para cabellos rizados, crespos y afro responde a la necesidad de reivindicar la belleza natural de las texturas capilares que han sido históricamente subvaloradas en el mercado de la cosmética. Cada fórmula es el resultado de un proceso cuidadoso de investigación, experimentación y amor por las propiedades ancestrales de ingredientes naturales, garantizando calidad y beneficios reales para quienes buscan un cuidado auténtico y libre de químicos agresivos.

Pero Dama Naranja no solo se enfoca en la cosmética capilar; también es un espacio en el que la artesanía cobra vida. Sus productos elaborados en caña flecha, una fibra vegetal utilizada por generaciones de artesanos en la elaboración del icónico sombrero vueltiao, son el reflejo del talento y la destreza de comunidades que han hecho de este arte su legado. A través de la comercialización de estas piezas, la empresa no solo enaltece el trabajo de los artesanos, sino que también genera oportunidades económicas para ellos, promoviendo el comercio justo y la sostenibilidad.

El espíritu de Dama Naranja se fundamenta en la conexión con las raíces, el respeto por la tradición y la creación de valor a través del emprendimiento. La empresa enlaza el pasado y el presente, llevando la esencia de la artesanía colombiana a nuevas generaciones de consumidores que buscan autenticidad y calidad en cada producto que adquieren. Su compromiso con la autonomía económica de sus colaboradores y aliados comerciales es un pilar fundamental en su modelo de negocio, donde la cooperación y la responsabilidad social juegan un papel crucial.

Desde su creación, Dama Naranja ha sido una voz en la reivindicación del cabello rizado y afro como un símbolo de identidad y orgullo, desafiando los estándares de belleza tradicionales impuestos por la industria cosmética. A través de estrategias de marketing cultural y digital, la empresa ha logrado posicionarse en un mercado competitivo, destacándose por su propuesta diferenciadora y su mensaje de empoderamiento.

Dama Naranja Tienda Artesanal es un homenaje vivo a la historia de Colombia, una celebración de la herencia cultural que se manifiesta en cada hebra de cabello cuidado con sus productos y en cada fibra de caña flecha entrelazada en sus artesanías. Es el resultado de una visión que entiende el pasado como un motor de innovación y el emprendimiento como una herramienta de transformación social.

2.2. Propuesta de valor.

La propuesta de valor de Dama Naranja Tienda Artesanal se fundamenta en la autenticidad, la identidad cultural y la innovación en la cosmética capilar natural para cabellos rizados, crespos y afro. La marca no solo ofrece productos de alta calidad elaborados con ingredientes naturales y sostenibles, sino que también promueve el empoderamiento de las raíces afro e indígenas, rescatando saberes ancestrales y fusionándolos con la ciencia cosmética moderna.

Dama Naranja Tienda Artesanal, se distingue por su compromiso con la producción artesanal, asegurando que cada fórmula esté diseñada para satisfacer las necesidades específicas del cabello rizado, crespo y afro, brindando hidratación profunda, definición de rizos y protección sin recurrir a químicos agresivos. La marca valora la trazabilidad de sus ingredientes, priorizando proveedores locales y fomentando el comercio justo con comunidades que comparten la misma pasión por la tradición y el respeto por la naturaleza.

Además, la propuesta de valor de Dama Naranja no solo se limita a la eficacia de sus productos, sino que también se extiende a la experiencia del cliente. A través de un enfoque educativo, la marca busca sensibilizar y empoderar a las personas sobre el cuidado natural del cabello, promoviendo la autoaceptación y el orgullo por la diversidad capilar. En un mercado saturado de cosmética industrial, Dama Naranja representa un regreso a lo auténtico, ofreciendo soluciones capilares para cada persona.

2.3. Misión y visión

Misión:

La misión de Dama Naranja Tienda Artesanal es ofrecer productos capilares naturales y artesanales de alta calidad, diseñados específicamente para cabellos rizados, crespos y afro, combinando técnicas ancestrales con innovación cosmética. A través de ingredientes naturales y procesos sostenibles, buscamos promover la identidad cultural y el cuidado consciente del cabello, brindando a nuestros clientes soluciones efectivas y responsables con el ambiente. Además, fomentamos el comercio justo y el empoderamiento de comunidades artesanales, generando un impacto positivo en la economía local y en la percepción de la belleza natural.

Visión:

Consolidarse como la marca líder en cosmética capilar natural en Bogotá D.C. y expandirse a nivel nacional, destacándose por su autenticidad, sostenibilidad y compromiso con la cultura afro e indígena. Aspiramos a ser reconocidos como un referente en el cuidado del cabello rizado y crespo, ofreciendo productos innovadores que respeten la biodiversidad y la tradición artesanal. Nos proyectamos como una empresa que no solo transforma el mercado de la belleza, sino que también contribuye a la valoración de la identidad y la autoaceptación, creando una comunidad que celebra la diversidad capilar con orgullo y confianza.

2.4. Productos

Dama Naranja Tienda Artesanal ofrece una variedad de productos cuidadosamente elaborados con un enfoque en la tradición, la sostenibilidad y la identidad cultural. Nuestra línea

capilar está diseñada especialmente para el cuidado del cabello rizado, crespo y afro, con fórmulas naturales que nutren, hidratan y fortalecen la fibra capilar. Entre nuestros productos destacan champús, acondicionadores, cremas para peinar y aceites elaborados con ingredientes autóctonos como el corozo, la lavanda, la manteca negrita, el chontaduro y el aceite de ricino, entre otros, cada uno seleccionado por sus propiedades beneficiosas para la salud capilar.

Además de la cosmética natural, Dama Naranja enriquece su oferta con artesanías auténticas que representan la riqueza cultural de Colombia. Nuestros bolsos tejidos a mano y sandalias elaboradas con suelas recicladas de botas militares y bolsas de suero fisiológico hospitalario reflejan el compromiso con la sostenibilidad y el comercio justo, ofreciendo piezas únicas que combinan tradición y responsabilidad ambiental.

Por último, nuestra propuesta se complementa con una selección de alimentos artesanales que evocan los sabores de nuestra tierra. Panes, tortas, galletas elaboradas de manera artesanal y cócteles preparados con ingredientes naturales de nuestra huerta casera ofrecen una experiencia sensorial que conecta con la autenticidad y la esencia de nuestras raíces.

2.5. Ventaja competitiva

Dama Naranja Tienda Artesanal, se diferencia en el mercado por una serie de ventajas competitivas que la posicionan como una marca auténtica, innovadora y culturalmente representativa. La calidad de sus productos capilares radica en el uso de ingredientes naturales y autóctonos cuidadosamente seleccionados, como el corozo, el chontaduro, la lavanda, la manteca negrita, entre otros, los cuales han sido utilizados ancestralmente por sus propiedades nutritivas y reparadoras para el cabello rizado, crespo y afro. Estos ingredientes no solo garantizan fórmulas

efectivas y saludables, sino que también refuerzan el valor de la biodiversidad colombiana en el sector cosmético.

El proceso de elaboración de los productos combina técnicas tradicionales con estándares modernos de calidad, asegurando una producción artesanal que respeta las propiedades naturales de cada ingrediente. Este enfoque permite ofrecer cosmética capilar libre de químicos agresivos, fomentando un consumo responsable y alineado con las necesidades de quienes buscan alternativas sostenibles.

Otro factor diferenciador es el profundo arraigo cultural que inspira la marca. Dama Naranja no solo promueve la belleza natural del cabello afro y rizado, sino que también enaltece la herencia afrocolombiana e indígena a través de cada producto y experiencia ofrecida. Esta conexión con la identidad y la tradición genera un fuerte sentido de pertenencia entre nuestros clientes, quienes encuentran en la marca un espacio de representación y orgullo.

Además, la empresa adopta un modelo de negocio basado en la sostenibilidad y el comercio justo, apoyando a comunidades artesanales y promoviendo el uso de materiales reciclados en sus productos y empaques. Esta filosofía refuerza el compromiso con el impacto positivo en la sociedad y el ambiente, consolidando a Dama Naranja como una marca con propósito que va más allá de la simple comercialización de productos.

2.6. Estructura Legal

Dama Naranja Tienda Artesanal opera bajo la figura de persona natural, lo que implica que la propietaria desarrolla actividades comerciales a título personal, asumiendo directamente derechos y obligaciones. Este tipo de estructura es común en emprendimientos individuales en

Colombia. Para formalizar su actividad, la propietaria ha obtenido el Registro Único Tributario (RUT) y ha realizado la matrícula mercantil en la Cámara de Comercio de Bogotá, cumpliendo con los requisitos legales establecidos para comerciantes en el país. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.).

Actualmente, Dama Naranja se encuentra en proceso de expansión de su portafolio, desarrollando dos nuevos productos: una mezcla de aceite capilar y un champú. Esta ampliación de la línea de productos refleja el compromiso de la empresa con la innovación y la satisfacción de las necesidades de su mercado objetivo. Es fundamental que, durante este proceso, se asegure de cumplir con las normativas sanitarias y de calidad vigentes para productos cosméticos en Colombia, garantizando así la seguridad y confianza de los consumidores.

Capítulo 3: Análisis del entorno y mercado

3.1. Análisis Pestel

El análisis PESTEL en la investigación de Dama Naranja Tienda Artesanal es fundamental debido que permite comprender el entorno externo en el que opera la empresa. Este análisis evalúa los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que pueden influir en el éxito del proyecto. A continuación, se detalla por qué cada uno de estos factores es relevante para la investigación que impactan en la operación de la empresa.

Político:

El gobierno colombiano ha implementado políticas que favorecen el emprendimiento artesanal y sostenible, beneficiando a empresas como Dama Naranja. Iniciativas como el Programa

Colombia Sostenible, en colaboración con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), buscan promover la sostenibilidad ambiental y socioeconómica en diversas regiones del país (Colombia sostenible, s.f.). Sin embargo, las regulaciones sobre productos cosméticos y artesanales son estrictas, requiriendo certificaciones y permisos específicos para su comercialización. El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) establece normativas rigurosas para garantizar la seguridad y calidad de estos productos (ALMADINA, 2023). Cumplir con estos requisitos puede representar un desafío en términos de tiempo y recursos para la empresa.

Económico:

Bogotá D.C. ha experimentado un crecimiento económico que ha incrementado el poder adquisitivo de los consumidores, especialmente en segmentos jóvenes. Este panorama es favorable para Dama Naranja, ya que su público objetivo cuenta con mayor capacidad de inversión en productos artesanales y cosméticos naturales. No obstante, factores como la inflación y los costos de producción pueden influir en los precios finales de los productos. Es esencial que la empresa implemente estrategias de eficiencia operativa y gestión de costos para mantener su competitividad en el mercado.

Social:

Existe una creciente aceptación y valoración de la diversidad capilar en Colombia, particularmente en comunidades afrocolombianas e indígenas. Los consumidores buscan productos que reflejen su identidad cultural y que sean respetuosos con el medio ambiente. Dama Naranja, al ofrecer productos capilares naturales y artesanías que celebran la herencia cultural, está bien posicionada para satisfacer estas demandas. Además, el interés por prácticas sostenibles y éticas en la producción y comercialización de productos está en aumento, lo que refuerza la propuesta de valor de la empresa.

Tecnológico:

El uso de redes sociales y plataformas digitales es esencial para llegar a los consumidores modernos. Estas herramientas permiten a Dama Naranja Tienda Artesanal, aumentar su visibilidad, interactuar con su audiencia y promover sus productos de manera efectiva. La tecnología también facilita la segmentación de audiencias y la personalización de mensajes, aspectos clave para el marketing digital. Invertir en estrategias digitales y mantenerse actualizado con las tendencias tecnológicas es fundamental para el crecimiento y la relevancia de la empresa en el mercado actual.

Ecológico:

La conciencia ambiental es un factor determinante en las decisiones de compra de los consumidores. Dama Naranja Tienda Artesanal, utiliza materiales reciclados y técnicas artesanales en la elaboración de sus productos (suelas realizadas a partir de botas militares y bolsas de sueros fisiológico, entre otras), lo que le otorga una ventaja competitiva. Adoptar prácticas sostenibles no solo responde a las expectativas del mercado, sino que también contribuye a la conservación del ambiente y al fortalecimiento de la reputación de la marca.

Legal:

Es imperativo que Dama Naranja cumpla con las normativas colombianas sobre productos cosméticos y artesanales. Leyes como la 2047 de 2020 prohíben la experimentación, importación, fabricación y comercialización de productos cosméticos probados en animales. Además, las regulaciones establecidas por el INVIMA y otras entidades gubernamentales requieren que los productos cumplan con estándares de seguridad y calidad específicos. Las leyes de protección al

consumidor y de propiedad intelectual también son relevantes para la marca, asegurando que las prácticas comerciales sean transparentes y que los derechos de autor y patentes sean respetados.

3.2. Análisis del Sector de Cosmética Natural y Artesanías en Colombia.

El mercado colombiano de productos cosméticos y de cuidado personal ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años. En 2023, alcanzó un valor de 2.756 millones de dólares, representando un incremento del 9,7% respecto al año anterior, posicionando a Colombia como el quinto mercado más importante en América Latina y el líder en la región andina (Semana, 2024). Este crecimiento se atribuye, en parte, a una mayor conciencia de los consumidores sobre la importancia de utilizar productos naturales y sostenibles, impulsando la demanda de cosméticos que incorporan ingredientes autóctonos y respetuosos con el ambiente.

Paralelamente, la industria de las artesanías en Colombia desempeña un papel significativo en la economía nacional. Más de 350.000 colombianos se dedican a la producción artesanal, contribuyendo al 15% de la ocupación en el sector manufacturero (Benavides, 2009). La riqueza cultural del país se refleja en la diversidad de productos artesanales, muchos de los cuales cuentan con denominación de origen, como las mochilas wayúu y el mopa mopa (Díaz, 2024). Esta diversidad ha captado la atención tanto del mercado nacional como internacional, abriendo oportunidades para la exportación y el reconocimiento global de las artesanías colombianas.

Las tendencias actuales indican una creciente preferencia por productos que combinan calidad, sostenibilidad y autenticidad cultural. En el ámbito de la cosmética, los consumidores buscan alternativas naturales que promuevan el bienestar personal sin comprometer el entorno. Esta inclinación ha llevado a empresas a desarrollar líneas de productos basados en ingredientes locales, aprovechando la biodiversidad colombiana. En cuanto a las artesanías, existe un interés

creciente por piezas que no solo cumplen una función estética o utilitaria, sino que también cuentan una historia y representan tradiciones ancestrales. La combinación de técnicas tradicionales con diseños contemporáneos ha permitido que las artesanías colombianas se posicionen en mercados exigentes, donde la autenticidad y la responsabilidad social son altamente valoradas.

En este contexto, empresas como Dama Naranja Tienda Artesanal se encuentran en una posición estratégica para capitalizar estas tendencias. Al ofrecer productos capilares naturales elaborados con ingredientes autóctonos y artesanías que reflejan la riqueza cultural del país, la empresa no solo satisface las demandas de un mercado en crecimiento, sino que también contribuye al fortalecimiento y preservación de las tradiciones colombianas.

3.3. Análisis del mercado objetivo

El mercado objetivo de Dama Naranja Tienda Artesanal está compuesto por hombres y mujeres de Bogotá D.C. con edades entre los 14 y 38 años, quienes poseen cabello rizado, crespo y afro. Este segmento de consumidores ha mostrado un creciente interés por productos capilares naturales y artesanales, motivados por una mayor conciencia sobre la identidad cultural, el cuidado del cabello con ingredientes naturales y la sostenibilidad ambiental. La necesidad de productos especializados para este tipo de cabello ha cobrado relevancia en los últimos años, impulsada por una mayor valoración de la diversidad capilar y el deseo de utilizar productos libres de químicos agresivos.

El comportamiento del consumidor en este mercado está influenciado por factores culturales, sociales y personales, tal como lo señalan Kotler y Keller (2016). La revalorización de la cultura afrocolombiana y la conexión con las raíces ancestrales han generado una demanda

significativa por productos que no solo cumplan una función estética, sino que también representen un símbolo de identidad y orgullo. Estudios de Euromonitor International confirman que el mercado de productos capilares en Colombia ha crecido de manera constante, con una especial atención en el segmento de cuidado específico para cabello rizado y afro, lo que representa una oportunidad clave para Dama Naranja.

Además, el canal digital ha cobrado un papel esencial en las decisiones de compra de este grupo de consumidores. Según investigaciones de Chaffey y Ellis-Chadwick (2019), el marketing digital permite una segmentación más precisa y una comunicación efectiva con el público objetivo. Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok son herramientas clave para la visibilidad de Dama Naranja, ya que permiten la interacción directa con los clientes y la difusión de contenido educativo sobre el cuidado del cabello natural.

Otro factor determinante en este mercado es la sostenibilidad. De acuerdo con un estudio de la Universidad Nacional de Colombia (2021), los consumidores colombianos valoran cada vez más las marcas que adoptan prácticas responsables con el medio ambiente. Dama Naranja se alinea con esta tendencia al emplear ingredientes naturales, materiales reciclados y procesos artesanales en la elaboración de sus productos. Esto no solo refuerza el compromiso con el entorno, sino que también fortalece la conexión emocional con el consumidor, quien busca marcas auténticas y con propósito.

El crecimiento del mercado de la cosmética capilar natural y artesanal en Bogotá ofrece un panorama prometedor para Dama Naranja. La combinación de estrategias de marketing digital, sostenibilidad y autenticidad cultural representa una ventaja competitiva en un sector en plena expansión.

3.3.1. Segmentación del mercado

La segmentación del mercado de Dama Naranja Tienda Artesanal se basa en criterios demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales, permitiendo identificar con precisión a los consumidores ideales para sus productos capilares, artesanías y alimentos artesanales. En términos demográficos, el público objetivo está compuesto por hombres y mujeres entre los 14 y 38 años, con un perfil socioeconómico de nivel medio y medio-alto, que buscan productos naturales y libres de químicos agresivos para el cuidado de su cabello rizado, crespo y afro.

Desde el punto de vista geográfico, la marca tiene presencia en Bogotá D.C., con un enfoque en la localidad de Usaquén, donde ha construido una comunidad de clientes que valoran la autenticidad y la herencia cultural de los productos artesanales. Sin embargo, gracias a la expansión del comercio digital, Dama Naranja ha logrado captar la atención de consumidores en otras ciudades del país, quienes buscan alternativas naturales y sostenibles para el cuidado personal. Esta expansión digital es clave, ya que el 78% de los colombianos realiza compras en línea, según datos de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2023).

En el aspecto psicográfico, el mercado de Dama Naranja se compone de consumidores conscientes de su identidad cultural, con un interés creciente en productos que reflejan sus raíces y tradiciones. Además, valoran la sostenibilidad y buscan marcas que compartan sus principios éticos. De acuerdo con estudios de Nielsen (2022), el 73% de los consumidores latinoamericanos prefieren comprar a empresas con valores alineados con sus creencias, lo que refuerza la propuesta de Dama Naranja como una marca comprometida con la cultura y el medio ambiente.

Desde la perspectiva conductual, el público objetivo está compuesto por clientes que buscan soluciones efectivas para el cuidado de su cabello, priorizando productos elaborados con ingredientes naturales, un ejemplo de los ingredientes puede ser como chontaduro y romero. La frecuencia de compra varía entre aquellos que adquieren productos de manera habitual como parte de su rutina de cuidado capilar y aquellos que lo hacen ocasionalmente, atraídos por la exclusividad y calidad de los productos artesanales.

Dama Naranja se diferencia en un mercado en crecimiento al ofrecer no solo productos capilares, sino también artesanías y alimentos que refuerzan su identidad como un proyecto integral de sostenibilidad y tradición cultural. La segmentación del mercado permite a la marca diseñar estrategias de marketing precisas, enfocadas en conectar con su audiencia mediante canales digitales, educación sobre el cuidado capilar para fortalecer su impacto y autenticidad.

Buyer Persona

BUYER PERSONA	
	
Perfil Mujer afro-latina de Bogotá, interesada en productos naturales y sostenibles	Demografía • Edad: 27 años • Estado: Bogotá D.C. • Género: Femenino • Estrato: Medio
Necesidades Cuidado de cabello rizado con ingredientes naturales, productos libres de químicos	Comportamiento • Valora la identidad cultural • Prefiere compras en línea • Busca marcas alineadas con principios éticos

Imagen realizada por el autor.

3.3.2 Tamaño del mercado meta y potencial

El mercado objetivo de Dama Naranja Tienda Artesanal se centra en hombres y mujeres de Bogotá D.C., con edades entre 14 y 38 años, que poseen cabello rizado, crespo o afro. Para dimensionar el tamaño y potencial de este mercado, es esencial analizar datos demográficos y tendencias del sector de la cosmética natural en Colombia.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en 2019 (realización del último censo), la población afrocolombiana ascendía a aproximadamente 4,6 millones de personas, representando alrededor del 10% de la población total del país (DANE, 2024). Aunque no todas estas personas residen en Bogotá ni se encuentran dentro del rango de edad mencionado, este dato ofrece una perspectiva sobre la magnitud del segmento que valora productos específicos para el cuidado del cabello afro.

Por otro lado, la industria cosmética en Colombia ha experimentado un crecimiento notable. De acuerdo con la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, en 2023, el mercado colombiano de productos cosméticos y de cuidado personal alcanzó un valor de 2.756 millones de dólares, con un crecimiento del 9,7% respecto al año anterior, posicionando a Colombia como el quinto mercado más importante en América Latina y el primero en la región andina (Sectorial, 2024). Este crecimiento refleja una oportunidad para las marcas especializadas en productos naturales y capilares.

Las preferencias de los consumidores también están evolucionando hacia opciones más sostenibles y naturales. Un estudio de 2022 indicó que el 62% de los consumidores en Colombia prefieren la cosmética natural, lo que evidencia una tendencia hacia productos más saludables y

respetuosos con el ambiente (Sectorial, 2024). En esta línea, Dama Naranja responde a estas necesidades con una oferta basada en ingredientes naturales y procesos artesanales.

Otro factor relevante es la proporción de mujeres con cabello rizado en la región. Estudios indican que Colombia es el segundo país en América Latina con mayor proporción de mujeres con cabello rizado, alcanzando un 23%, solo superado por Brasil con un 33% (Statista, 2024). Esta estadística refuerza la importancia de desarrollar productos específicos para este segmento del mercado colombiano.

El sector de productos capilares en Colombia mantiene una tendencia de crecimiento constante. Según Mordor Intelligence, se espera que este mercado experimente una tasa compuesta anual de crecimiento (CAGR) del 4,74% durante el período 2020-2025 (Mordor Intelligence, 2024). Dentro de este segmento, la demanda de productos naturales y orgánicos ha cobrado especial importancia. Informes recientes señalan que el mercado de cosméticos naturales en Colombia ha crecido un 20% anual, reflejando un cambio en la preferencia de los consumidores hacia productos más saludables y sostenibles.

Este crecimiento sostenido y el interés creciente por la cosmética natural confirman el potencial de Dama Naranja en el mercado. Su enfoque en productos capilares elaborados con ingredientes autóctonos y naturales le permite alinearse con las tendencias actuales y captar un segmento en expansión. La combinación de una población significativa con cabello rizado y una demanda creciente de productos naturales posiciona a Dama Naranja en un mercado con amplias oportunidades de crecimiento y consolidación.

3.4. Análisis de la competencia

Empresa	Fortalezas	Debilidades	Estrategias	Rango de Precios	Precio Promedio (COP)
Dama Naranja Tienda Artesanal	Productos elaborados con ingredientes autóctonos y naturales; enfoque en la identidad cultural y diversidad capilar; compromiso con prácticas sostenibles y artesanales.	Marca en proceso de consolidación en el mercado; alcance geográfico limitado principalmente a Bogotá D.C.	Enfoque en la valorización de la cultura local y la diversidad capilar; producción artesanal y sostenible; conexión con comunidades locales para la obtención de ingredientes.	Medio	\$40.000 - \$80.000

Ponto Hair Club	Más de 25 años en el mercado; liderazgo en cosmética vegana en Colombia; presencia en mercados internacionales; uso de extractos naturales y nanotecnología en sus productos.	Dependencia de mercados internacionales para el crecimiento; posible percepción de productos menos artesanales debido a la escala de producción.	Innovación en formulaciones con nanotecnología; expansión internacional; colaboración con comunidades locales para la obtención de ingredientes naturales; compromiso con la sostenibilidad mediante empaques reciclables.	Medio	\$45.000 - \$85.000
Kaba	Amplia gama de productos de cosmética natural, orgánica y vegana; enfoque en sostenibilidad ambiental; reconocimiento en el mercado colombiano.	Competencia con otras marcas emergentes en el sector de cosmética natural; necesidad de mantener la diferenciación en un mercado en crecimiento.	Desarrollo de productos innovadores para el cuidado capilar, facial y corporal; uso de ingredientes naturales; expansión de líneas de productos para atender	Medio	\$40.000 - \$80.000

			diversas necesidades del consumidor.		
Menta Hair	Productos capilares inspirados en la naturaleza; uso de ingredientes orgánicos; reciente expansión al mercado estadounidense; compromiso con el medio ambiente.	Necesidad de consolidar presencia en mercados internacionales; competencia con marcas locales en nuevos mercados.	Desarrollo de productos especializados como tónicos herbales y shampoos de ajo y cebolla; enfoque en ingredientes orgánicos y naturales; expansión a mercados internacionales para aumentar la presencia de marca.	Medio	\$45.000 - \$85.000

Tabla 1*Análisis de la Competencia.*

3.5. Análisis FODA

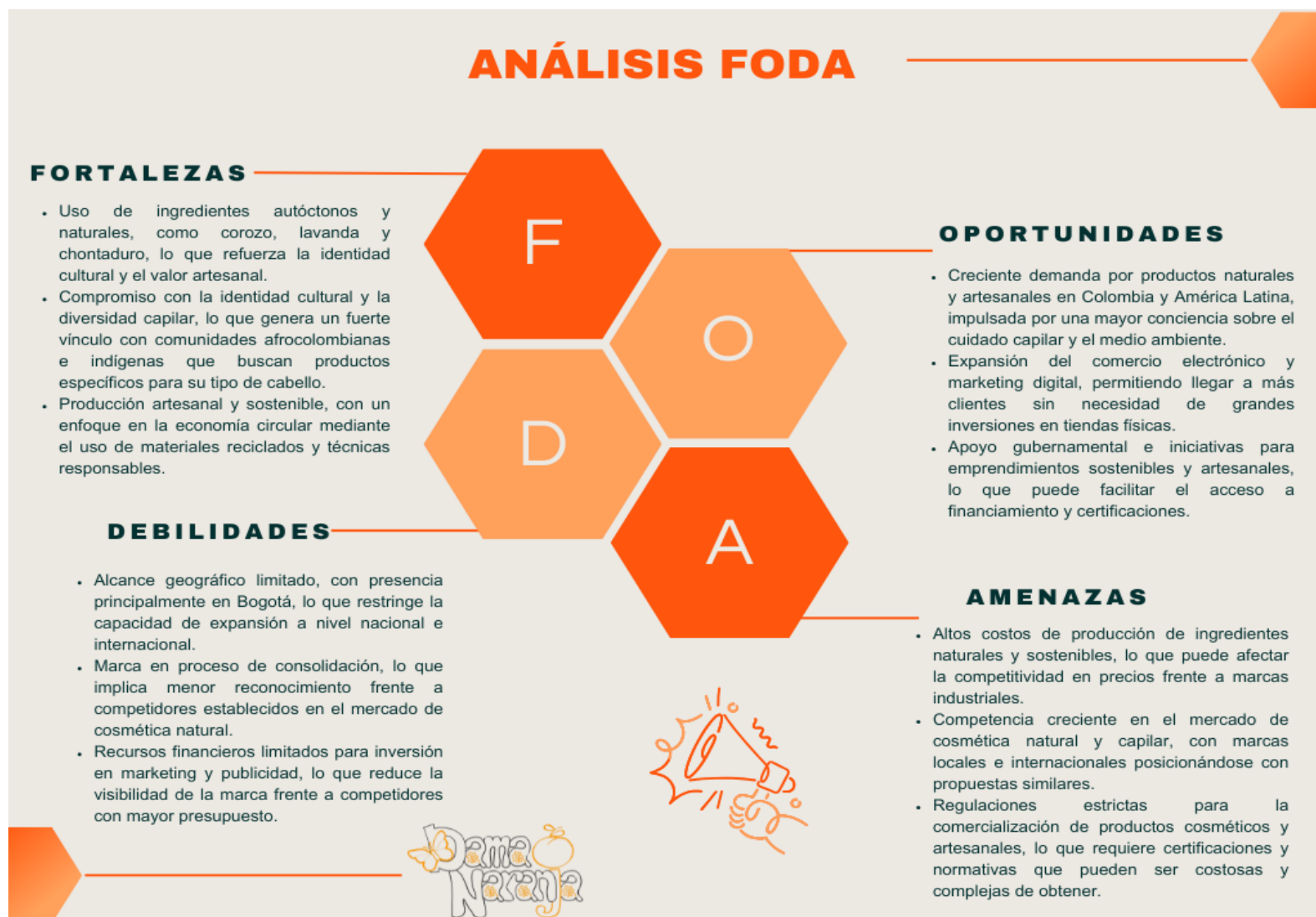


Imagen realizada por el autor.



ANÁLISIS FODA CRUZADO

	O Crecimiento del mercado natural, apoyo gubernamental, digitalización.	A Competencia, regulaciones estrictas, costos de producción.
F Ingredientes naturales, identidad cultural, diferenciación.	• Diferenciación con ingredientes autóctonos para aprovechar la demanda creciente de cosmética natural y sostenible. • Acceso a financiamiento y certificaciones gracias al respaldo gubernamental a emprendimientos sostenibles. • Enfoque en identidad cultural para fortalecer la lealtad de clientes afrodescendientes y de cabello rizado, crespo y afro.	• Destacar la autenticidad y exclusividad para diferenciarse de la competencia industrializada. • Cumplir con normativas y certificaciones para consolidar la confianza del consumidor. • Crear campañas educativas sobre cuidado capilar rizado para reducir el impacto de la competencia.
D Alcance limitado, altos costos, poca inversión en publicidad.	• Expansión digital para superar las limitaciones geográficas mediante comercio electrónico. • Optimización de costos de producción mediante compras a granel y eficiencia operativa. • Alianzas con distribuidores y tiendas especializadas para ampliar la visibilidad en el mercado.	• Estrategias de precios accesibles sin afectar la calidad para competir con opciones más económicas. • Diversificación de productos complementarios como accesorios capilares para aumentar la rentabilidad. • Explorar financiamiento externo para superar la falta de inversión en marketing.

Imagen realizada por el autor.

3.6. Modelo CANVAS



Imagen realizada por el autor.

Capítulo 4: Plan de marketing

Para posicionar a Dama Naranja Tienda Artesanal como una marca líder en productos capilares naturales y artesanales en Bogotá D.C - Colombia, es esencial desarrollar estrategias de marketing que resalten su autenticidad, compromiso con la sostenibilidad y conexión cultural, por lo que se proponen diversas tácticas fundamentadas en tendencias actuales y respaldadas por fuentes formales:

1. Identidad de Marca Auténtica y Sostenible:

La creciente inclinación de los consumidores colombianos hacia productos naturales y sostenibles es evidente. Un estudio de Estudio de Comunicación y la revista Control Publicidad indica que el 93% de los consumidores prefieren marcas responsables ambientalmente, y el 67,4% basan sus decisiones de compra en los esfuerzos sostenibles de las empresas (America Malls Retail, 2025). Dama Naranja Tienda Artesanal debe comunicar de manera efectiva su compromiso con la sostenibilidad, destacando el uso de ingredientes naturales y procesos artesanales que respetan el ambiente.

2. Narrativa Cultural y Tradicional:

La valorización de las tradiciones y la cultura local puede fortalecer la conexión emocional con los consumidores. Iniciativas como la de las artesanas en Sutatausa, que utilizan tintes naturales derivados de la hoja de coca, han demostrado cómo la integración de prácticas ancestrales en productos modernos puede generar interés y aprecio en el mercado (Rojo, 2025). Dama Naranja puede incorporar y resaltar técnicas tradicionales en la elaboración de sus productos, enfatizando la riqueza cultural y la herencia ancestral presentes en cada artículo.

3. Presencia Digital Estratégica:

El auge del comercio electrónico y la influencia de las redes sociales son innegables.

A pesar de que Dama Naranja cuenta con sus redes sociales, es importante establecer una plataforma de venta en línea optimizada y mantener una presencia activa en redes sociales esto permitirá a Dama Naranja Tienda Artesanal alcanzar a un público más amplio. Compartir contenido que muestre el proceso artesanal, testimonios de clientes satisfechos y consejos sobre el cuidado del cabello rizado puede aumentar la interacción y fidelidad de los clientes.

4. Participación en Ferias y Mercados Locales:

La interacción directa con los consumidores en eventos locales ofrece la oportunidad de demostrar la calidad y autenticidad de los productos. Dama Naranja debe seguir Participando en ferias (feria Expo belleza, Mercado de las pulgas de Usaquén, feria Hecho en Bogotá, feria de Congreso de la República), de artesanías y mercados ecológicos permitirá a Dama Naranja fortalecer su presencia en la comunidad y establecer relaciones más cercanas con su público objetivo.

5. Transparencia y Educación al Consumidor:

Informar a los clientes sobre los beneficios de los ingredientes naturales utilizados y los procesos artesanales empleados puede generar confianza y lealtad. Publicar contenido educativo sobre el cuidado del cabello rizado y la importancia de elegir productos sostenibles posicionará a Dama Naranja como una autoridad en el sector.

6. Responsabilidad Social y Ambiental

Implementar prácticas como el uso de empaques reciclables y la compensación de la huella de carbono refleja un compromiso genuino con el medio ambiente. Estas acciones no solo

contribuyen al bienestar del planeta, sino que también resuenan con consumidores conscientes que buscan apoyar marcas responsables.

Al adoptar estas estrategias, Dama Naranja Tienda Artesanal puede consolidar su posicionamiento en el mercado colombiano como una marca auténtica, sostenible y culturalmente rica, alineada con las tendencias y preferencias actuales de los consumidores.

4.1. Estrategia de Ventas

Para lograr el posicionamiento de Dama Naranja Tienda Artesanal como una marca líder en cosmética capilar natural para cabellos rizados, crespos y afro en Bogotá D.C., se ha diseñado una estrategia de ventas basada en la combinación de canal digital y físico, estrategias de fidelización y un enfoque en la educación del consumidor. Esta estrategia busca asegurar un crecimiento sostenido en el mediano y largo plazo, maximizando la rentabilidad y garantizando una experiencia de compra óptima para los clientes.

1. Modelo de Ventas Omnicanal:

Dama Naranja implementará un enfoque de ventas omnicanal, permitiendo a los clientes adquirir los productos a través de diferentes plataformas y punto de venta físico. La tienda en línea será el principal canal de comercialización, ofreciendo un proceso de compra ágil, seguro y con opciones de pago diversas, como tarjetas de crédito, débito, transferencias y pagos digitales. Paralelamente, se fortalecerá la presencia en ferias y mercados artesanales, donde los consumidores podrán probar los productos y recibir asesoría personalizada.

2. Estrategia de Precios y Promociones:

Para incentivar la compra recurrente y atraer nuevos clientes, se aplicará una estrategia de precios competitivos basada en el valor percibido de los productos naturales y artesanales. Se implementarán descuentos por primera compra, paquetes promocionales y programas de lealtad con beneficios exclusivos. Además, se aplicarán estrategias de precios psicológicos, como fijación de precios terminados en “9” para generar una percepción de accesibilidad. Según estudios recientes del mercado cosmético en Colombia, los consumidores valoran cada vez más los productos naturales y están dispuestos a pagar un precio superior por ellos (Fashion Radicals, 2023). El precio los productos se asignó teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Costos y gastos de comercialización
- Perfil del cliente
- • Competencia
- Margen de rentabilidad de los productos en el mercado, del 20%.

3. Venta Consultiva y Educación del Cliente:

Dama Naranja enfocará su estrategia de ventas en la educación del consumidor, brindando contenido informativo sobre el cuidado del cabello rizado, crespo y afro y la importancia de los ingredientes naturales. Se desarrollará una estrategia de marketing de contenidos con videos educativos, tutoriales y guías sobre el uso de los productos. En el punto de venta físico, se capacitará a la persona encargada para ofrecer asesoría especializada, ayudando a los clientes a elegir los productos más adecuados según su tipo de cabello y necesidades específicas.

4. Estrategia de Captación y Fidelización

Se implementará una estrategia de captación basada en publicidad digital segmentada, utilizando redes sociales y Google Ads para llegar a clientes potenciales interesados en cosmética natural. Para fidelizar a los clientes, se creará un programa de recompensas donde los usuarios acumulen puntos por cada compra, los cuales podrán redimir en productos o descuentos especiales. La personalización de la experiencia de compra también será clave, enviando recomendaciones de productos basadas en compras previas.

4.2. Marketing Mix (7 ps)

Para consolidar y fortalecer el posicionamiento de Dama Naranja Tienda Artesanal en el mercado colombiano, es fundamental desarrollar e implementar una estrategia de marketing mix que integre las siete 'P's: Producto, Precio, Plaza, Promoción, Personas, Procesos y Prueba Física. Este enfoque permite abordar de manera integral los diversos factores que influyen en la percepción y decisión de compra de los consumidores, asegurando una propuesta de valor coherente y atractiva en un entorno altamente competitivo.

El concepto de las 7 "P's" amplía el modelo tradicional de las 4 "P's" (Producto, Precio, Plaza y Promoción) al incorporar tres elementos adicionales: Personas, Procesos y Prueba Física. Esta ampliación es especialmente relevante en industrias donde la experiencia del consumidor y la personalización son diferenciadores clave, como en el sector artesanal y cosmético. Según Kotler y Keller (2022), la inclusión de estos factores permite mejorar la percepción del valor de la marca y fortalecer la fidelización del cliente, aspectos esenciales para empresas con un enfoque en calidad y sostenibilidad.

En el contexto de Dama Naranja, el desarrollo estratégico de estas variables no solo permitirá satisfacer las expectativas del mercado, sino que también posicionará la marca como un referente en el cuidado capilar natural para cabellos rizados, crespos y afro. En un entorno donde la autenticidad, la calidad y la sostenibilidad son cada vez más valoradas por los consumidores, un marketing mix bien estructurado contribuirá a diferenciar la marca, mejorar la experiencia de compra y consolidar su presencia en el mercado colombiano (Lovelock & Wirtz, 2023).

Producto

Dama Naranja Tienda Artesanal ofrece una gama de productos capilares naturales diseñados específicamente para cabellos rizados, crespos y afro. La línea incluye champús, acondicionadores, cremas para peinar y aceites elaborados con ingredientes autóctonos como el corozo, la lavanda, el aceite de ricino, entre otros, los cuales aportan hidratación, nutrición y definición al cabello sin comprometer su salud con químicos agresivos. La calidad es una prioridad, por lo que se garantiza el uso de materias primas naturales y procesos artesanales. Además, el empaque es sostenible, utilizando materiales reciclables y biodegradables, reflejando el compromiso de la marca con el ambiente. La presentación del producto se alinea con la identidad cultural de la marca, incorporando elementos visuales inspirados en la riqueza afrocolombiana y artesanal, lo que genera una conexión emocional con los consumidores.

Precio

La estrategia de precios de Dama Naranja equilibra la accesibilidad para los consumidores y la rentabilidad del negocio. Se emplea un modelo de precios competitivos basado en el valor percibido de los productos naturales y artesanales, asegurando costos sostenibles sin sacrificar calidad. Para incentivar la compra, se implementan paquetes promocionales y descuentos en la primera compra o por lealtad del cliente. Según la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de

la ANDI, el mercado colombiano de cosméticos alcanzó un valor de USD 2.756 millones en 2023, con un crecimiento del 9,7% anual (ANDI, 2023). Esto sugiere que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos diferenciados. La marca se posiciona dentro de la categoría de cosmética natural con precios justos, ofreciendo un equilibrio entre asequibilidad y exclusividad.

Plaza

Dama Naranja apuesta por una estrategia omnicanal, combinando la venta en línea con su punto físico estratégico, ubicado en Bogotá D.C., en la localidad de Usaquén. Además, la marca participa en ferias de emprendimiento y mercados ecológicos, lo que permite una interacción directa con el cliente y una experiencia sensorial del producto. Según estudios recientes, el 96,4% de las ventas en el sector cosmético colombiano en 2023 ocurrieron en tiendas físicas, pero el comercio electrónico está en constante crecimiento (America Malls Retail, 2025). Esto valida la importancia de una estrategia híbrida que combine ambos canales de venta.

Promoción

Para fortalecer su posicionamiento, Dama Naranja implementa estrategias de marketing digital basadas en contenido educativo y aspiracional. Se priorizan redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, donde se comparte contenido sobre cuidado capilar, rutinas con los productos y testimonios de clientes. Además, se emplean campañas de email marketing para mantener una comunicación directa con los clientes, ofreciendo promociones y contenido exclusivo. Según un estudio de Fashion Radicals, el 62% de los consumidores colombianos prefieren la cosmética natural (Fashion Radicals, 2023).

Personas

El equipo de Dama Naranja está compuesto por expertos en formulación natural, artesanos y profesionales del servicio al cliente, comprometidos con ofrecer una experiencia de compra excepcional. La capacitación constante en atención al cliente y en los valores de la marca es una prioridad para garantizar un servicio personalizado y alineado con las necesidades del consumidor. Se promueve la inclusión y la diversidad dentro del equipo, fomentando un ambiente de trabajo basado en la colaboración y el respeto.

Procesos

Dama Naranja implementa procesos eficientes que garantizan la calidad del producto y la satisfacción del cliente en cada etapa de la compra. Desde la selección de ingredientes hasta la entrega del producto, cada proceso está optimizado para ofrecer una experiencia fluida y confiable. Se utilizan plataformas digitales para mejorar la gestión de pedidos y brindar información clara sobre tiempos de entrega. Además, se establecen métricas de desempeño que permiten evaluar la efectividad de los procesos y realizar mejoras continuas para aumentar la retención de clientes.

Prueba Física

La tienda física de Dama Naranja Tienda Artesanal, ubicada en Usaquén, Bogotá D.C., refleja la esencia de Dama Naranja: autenticidad, naturalidad y cultura. Los empaques son coherentes con estos valores, utilizando materiales ecológicos y diseños que resaltan la identidad artesanal.

4.3. Presupuesto de marketing

Presupuesto de marketing Dama Naranja Tienda Artesanal			
Categoría	Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Diseño y branding	Creación de contenido gráfico (Canva Pro).	\$30.000	\$360.000
Dominio y Hosting	Dominio web para Dama Naranja Tienda Artesanal (.com o .co) + Hosting básico.	\$25.000	\$300.000
Gestión de Redes Sociales	Herramientas para métrica de contenidos en redes sociales (Instagram, Facebook, Tik Tok).	\$0	\$0
Producción de Contenido	Fotografía y video con celular + edición en CapCut Pro	\$32.000	\$384.000
Email Marketing	Uso de Mailchimp (plan gratuito hasta 500 contactos)	\$0	\$0
Ferias y eventos	Participación en ferias artesanales y exposiciones locales.	\$150.000	\$1.800.000

Capacitación y formación	Cursos online gratuitos para capacitación continua en tendencias de marketing y marketing digital (Google Actívate, Platzi, Crehana en versión gratuita)	\$0	\$0
TOTAL		\$237.000	\$2.844.000

Tabla 2

Presupuesto de marketing Dama Naranja Tienda Artesanal.

4.4. Métricas de marketing (kpis)

Para medir el desempeño de las estrategias de marketing y optimizar la toma de decisiones, Dama Naranja utiliza indicadores clave de rendimiento (KPIs), los cuales permiten evaluar el impacto de las acciones implementadas:

1. **Crecimiento en redes sociales:** Número de seguidores, interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) y alcance orgánico en Instagram, Facebook y TikTok.
2. **Tasa de conversión:** Porcentaje de visitantes que realizan una compra en la tienda a través de redes sociales.
3. **Retención de clientes:** Número de clientes recurrentes y porcentaje de recompra dentro de un período determinado (1 año).
4. **Engagement rate:** Nivel de interacción con el contenido en redes sociales para evaluar la efectividad de las publicaciones y estrategias de contenido.

5. **Participación en eventos:** Número de ferias o mercados artesanales en los que la marca ha estado presente y su impacto en ventas o reconocimiento.
6. **Crecimiento de la base de datos:** Aumento en suscriptores a correos electrónicos y WhatsApp Business para futuras estrategias de fidelización.
7. **Valor promedio del pedido:** Ticket promedio de compra por cliente, lo que permite diseñar estrategias de upselling y cross-selling, mejorando la rentabilidad del negocio sin necesidad de incrementar la adquisición de nuevos clientes.

Capítulo 5: Plan operativo

5.1. Procesos clave: Producción artesanal y control de calidad.

La producción en Dama Naranja Tienda Artesanal se basa en un proceso completamente artesanal que permite preservar la integridad de los ingredientes naturales utilizados y garantizar la autenticidad del producto final. Cada lote de productos capilares, como champús, aceites y cremas para peinar, es elaborado manualmente siguiendo recetas propias desarrolladas con base en conocimientos tradicionales afrocolombianos y pruebas técnicas. Este enfoque no solo asegura un control riguroso de los ingredientes, sino que también permite realizar ajustes finos en cada lote según las condiciones climáticas, la estacionalidad de las materias primas y la retroalimentación del consumidor.

El proceso inicia con la preparación y pesada de los ingredientes, que son seleccionados bajo criterios de frescura, pureza y origen ético. Posteriormente, se lleva a cabo la mezcla, maceración o emulsión, según el tipo de producto, en condiciones higiénicas controladas. Una vez

formulado, el producto es envasado manualmente y etiquetado, respetando tanto los estándares legales del INVIMA como la estética artesanal de la marca.

El control de calidad se realiza durante y después de la producción mediante inspecciones visuales, controles de viscosidad, pH y pruebas organolépticas (olor, color y textura). Además, se implementan protocolos de trazabilidad interna para cada lote, lo que permite identificar rápidamente cualquier desviación y asegurar que solo los productos que cumplen con los estándares de calidad lleguen al consumidor final. Este sistema artesanal, aunque de menor escala, permite un contacto directo con el producto y una atención al detalle. Esto, sumado a la carga simbólica y cultural del proceso, representa una ventaja competitiva clave para Dama Naranja en el mercado de cosmética capilar natural.

5.2. Proveedores y gestión de materias primas

En Dama Naranja Tienda Artesanal, la gestión de proveedores y materias primas se basa en principios de sostenibilidad, comercio justo y fortalecimiento comunitario. La marca trabaja con un enfoque colaborativo y responsable, privilegiando a proveedores locales y actores sociales que aportan no solo insumos, sino también valor cultural al proyecto.

En el área de artesanías, se trabaja directamente con mujeres cabeza de hogar del Caribe colombiano, quienes son las encargadas de realizar los trenzados en caña flecha, una fibra vegetal tradicionalmente utilizada por comunidades indígenas como los Zenú. Estas piezas son enviadas a Bogotá, donde las fundadoras de Dama Naranja se encargan del armado final de los productos, que incluyen bolsos, sandalias, monederos y otros accesorios. Este modelo permite integrar

conocimientos ancestrales con diseño contemporáneo, al tiempo que se apoya la autonomía económica de las artesanas, fomentando la equidad de género y la economía solidaria.

En cuanto a la línea capilar, todo el proceso de elaboración de productos como champús, aceites y cremas es completamente casero y artesanal. Son las propias fundadoras quienes participan en la formulación, preparación y envasado, garantizando un control absoluto sobre la calidad y la fidelidad a los principios naturales y éticos de la marca. Las materias primas son adquiridas directamente de la huerta que construyeron las fundadoras en Usaquén y Suba, en cuanto a frutas son adquiridas a pequeños productores local que certifican la pureza y origen vegetal de ingredientes como el chontaduro, el corozo, la manteca negrita o el aceite de ricino.

La planificación de compras se realiza de manera estratégica, teniendo en cuenta la estacionalidad de algunos ingredientes, la demanda proyectada y la disponibilidad de insumos naturales. Asimismo, se mantiene un control de inventarios riguroso para evitar desperdicios, garantizar la frescura de los productos y conservar la trazabilidad de cada lote producido. Esta integración entre lo artesanal y lo comunitario define la esencia de Dama Naranja como una marca coherente con su propuesta de valor cultural, natural y sostenible.

5.3. Ubicación e infraestructura

Dama Naranja Tienda Artesanal opera desde la localidad de Usaquén, en Bogotá D.C., un sector que se ha caracterizado por su apoyo a las expresiones culturales, el emprendimiento local y la promoción del arte y las tradiciones populares. Desde allí, la marca ha consolidado un espacio que funciona como taller de producción, centro de diseño artesanal y punto logístico para la preparación y distribución de pedidos. La infraestructura actual, aunque modesta, está pensada

para optimizar el trabajo artesanal: cuenta con zonas diferenciadas para la preparación de productos capilares, el almacenamiento de insumos, el armado de artesanías en caña flecha y un área de empaque.

El taller, que es también el corazón del proyecto, ha sido acondicionado por las propias fundadoras con recursos propios y un alto nivel de compromiso personal. En este espacio se elaboran manualmente los productos capilares con ingredientes naturales como el corozo, el aceite de ricino, el chontaduro y la lavanda, manteniendo condiciones higiénicas adecuadas según las recomendaciones de buenas prácticas de manufactura. Igualmente, es allí donde se finaliza el ensamblaje de las artesanías (bolsos, sandalias, monederos, entre otros) que previamente han sido tejidas por mujeres cabeza de hogar en regiones como Atlántico, Córdoba, y Sucre.

Desde el punto de vista tecnológico, Dama Naranja ha integrado soluciones asequibles que fortalecen su operación sin comprometer su identidad artesanal. Cuenta con una tienda virtual activa a través de redes sociales como Instagram y WhatsApp Business, se utilizan herramientas digitales gratuitas como Canva, CapCut y Mailchimp para la creación de contenido visual y el relacionamiento con clientes. Esta infraestructura mixta (que combina lo físico y lo digital, lo tradicional y lo innovador), permite a la marca crecer de manera orgánica, fortalecer su presencia local y nacional, y proyectarse hacia nuevos canales de comercialización sin perder su esencia artesanal, sostenible y comunitaria.

5.4. Logística: inventario, almacenamiento y envíos.

La logística en Dama Naranja Tienda Artesanal ha sido pensada desde una perspectiva artesanal, eficiente y sostenible, adaptada a las condiciones reales de un emprendimiento en

crecimiento que opera desde Bogotá D.C. El manejo de inventarios, tanto para la línea capilar como para la artesanal, es uno de los pilares fundamentales del control operativo, ya que permite garantizar la disponibilidad de productos, planificar adecuadamente la producción y responder con agilidad a la demanda de clientes tanto en canales digitales como en eventos presenciales (ferias).

Para la línea capilar, los productos se elaboran en lotes pequeños bajo demanda estimada, lo que permite mantenerlos siempre frescos y en óptimas condiciones. Estos se almacenan en estanterías acondicionadas dentro del taller, en espacios secos y a temperatura ambiente, evitando la exposición directa a la luz solar para preservar las propiedades de ingredientes naturales como el corozo, el aceite de ricino y la lavanda. Por ejemplo, una partida de champús de 250 ml suele organizarse por fecha de producción y lote, lo que facilita la trazabilidad y el control de calidad en caso de ajustes o retroalimentación del cliente. Las etiquetas son elaboradas e impresas internamente, lo que permite ajustes rápidos ante variaciones en fórmulas o presentaciones.

En cuanto a las artesanías, las piezas de caña flecha, como bolsos, sandalias y monederos, llegan desde regiones como Córdoba o Sucre ya tejidas por las proveedoras aliadas, mujeres cabeza de hogar. Estas piezas se almacenan cuidadosamente para evitar deformaciones o daños, y luego son ensambladas por las fundadoras en el taller de Bogotá. Cada producto terminado es clasificado y empacado con materiales reciclables o biodegradables, en línea con los valores sostenibles de la marca.

La gestión de envíos se realiza principalmente a través de operadores logísticos locales como Servientrega o Interrapidísimo, aunque también se utilizan soluciones como Coordinadora para pedidos fuera de Bogotá. La recolección de pedidos se hace cada dos o tres días, dependiendo del volumen, y los tiempos de entrega se comunican de forma clara a los clientes a través de

WhatsApp Business o redes sociales. Además, en ferias y eventos presenciales, se realiza entrega directa del producto, reduciendo los costos logísticos y fortaleciendo el vínculo con el cliente.

Esta estructura logística, aunque artesanal, está respaldada por una gestión cuidadosa y organizada que permite a Dama Naranja ofrecer productos de alta calidad en tiempos razonables, fortaleciendo su reputación como una marca confiable, culturalmente relevante y comprometida con su entorno.

5.5. Capacidad productiva.

La capacidad productiva de Dama Naranja Tienda Artesanal está directamente relacionada con su carácter artesanal y su enfoque en la calidad, la sostenibilidad y la atención personalizada. Al operar desde un taller ubicado en la localidad de Usaqué en Bogotá D.C., la producción se realiza de manera manual, en pequeños lotes que permiten asegurar el cuidado en cada etapa del proceso y mantener la frescura de los productos. Actualmente, la marca tiene la capacidad de producir aproximadamente entre 400 y 600 unidades de productos capilares al mes, dependiendo de la combinación entre champús, aceites, cremas para peinar y acondicionadores, además del tiempo dedicado a las líneas complementarias como las artesanías y alimentos.

En la práctica, por ejemplo, un lote de 50 unidades de champú de 250 ml puede ser formulado, envasado y etiquetado por las fundadoras en un lapso de dos jornadas completas de trabajo, siempre y cuando cuenten con las materias primas e insumos organizados. La mezcla de ingredientes como el corozo, la lavanda o el chontaduro requiere procesos de maceración o cocción específicos que se realizan con herramientas caseras adaptadas, como calentadores eléctricos, batidoras manuales o embudos de acero inoxidable para el llenado de botellas. Esta dinámica

permite controlar rigurosamente la textura, aroma y efectividad de cada producto, y garantiza que no se comprometa la identidad natural y artesanal de la marca.

En la línea de artesanías, la capacidad productiva depende del flujo de piezas enviadas por las colaboradoras artesanas de la costa caribeña y del tiempo disponible para el ensamblaje y acabado en el taller. Cada bolso tejido en caña flecha, por ejemplo, puede tardar hasta dos días en ser trenzado, y entre cuatro y cinco horas adicionales para ser armado, forrado y terminado con detalles personalizados por las fundadoras.

Dama Naranja no busca industrializar sus procesos en el corto plazo, sino fortalecer un modelo de producción por encargo y a pequeña escala que priorice la conexión con el cliente y el respeto por los ciclos naturales. Esta visión artesanal también permite ajustar la producción en función de la demanda estacional, como los picos de ventas que suelen presentarse en diciembre o durante ferias locales. De cara al futuro, se contempla la posibilidad de adquirir herramientas semiautomáticas de bajo costo, como mezcladores o dosificadores, para aumentar ligeramente la capacidad sin perder el control manual que caracteriza a la marca.

Este modelo de producción flexible, comprometido con la calidad y la sostenibilidad, permite a Dama Naranja responder con agilidad a las dinámicas del mercado, mantener bajos niveles de inventario y reducir el desperdicio, lo que representa una ventaja en términos de eficiencia operativa y coherencia con su propuesta de valor artesanal y cultural.

Capítulo 6: Plan organizacional y de recursos humanos.

6.1. Estructura organizacional

Dama Naranja Tienda Artesanal adopta una estructura organizacional horizontal y colaborativa, coherente con su naturaleza de emprendimiento social y artesanal. Esta estructura permite una toma de decisiones ágil y una comunicación fluida entre las fundadoras y las colaboradoras externas. Las funciones se distribuyen de manera equitativa, respetando las fortalezas individuales y fomentando la corresponsabilidad. La organización se compone de dos áreas principales: la línea capilar y la línea de artesanías, ambas lideradas por las fundadoras, quienes también se encargan de la gestión administrativa y estratégica. Además, se cuenta con una red de colaboradoras externas, como las artesanas de caña flecha y las proveedoras de materias primas, que participan activamente en la cadena de valor. Esta estructura flexible y participativa permite a Dama Naranja adaptarse a las dinámicas del mercado y mantener su compromiso con la comunidad afrocolombiana.

6.2. Equipo fundador y directivo.

El equipo fundador de Dama Naranja está conformado por dos mujeres afrocolombianas con una profunda conexión con sus raíces culturales y un compromiso inquebrantable con el empoderamiento de su comunidad.

Jael Masciel, lideresa social de juventud de la comunidad afrocolombiana, ha sido consejera local y distrital de juventud en el periodo de tiempo de 2022 a 2026. Estudia Marketing en la Universidad Piloto de Colombia y es una emprendedora apasionada por la creación de productos para cabellos rizados, crespos y afros, así como artesanías caribeñas. Su trabajo se centra en la educación, la cultura, el auto reconocimiento, el cuidado menstrual, capilar y corporal, el ambiente, la autonomía económica de la mujer afro y el liderazgo juvenil. En 2022-2023, fue galardonada con el premio Benkos Biohó en la categoría de liderazgo juvenil.

Carmen Cecilia Iriarte, nacida en Cartagena, Bolívar, es contadora pública y actualmente estudia Técnico de Servicios de Barismo en el SENA. Ha realizado un diplomado en Sostenibilidad Ambiental en la Universidad Libre y es una lideresa activa en la localidad de Usaqué. Desde 2019, ha sido panelista en conservatorios de emprendimientos para mujeres afro y ha organizado ferias de emprendimientos y actividades de respiro para mujeres afro. Recientemente, fue nombrada vocera de Huertas de Usaqué ante el Distrito Étnico, promoviendo la transmisión de saberes ancestrales entre generaciones.

Ambas fundadoras aportan una combinación única de conocimientos académicos, experiencia práctica y liderazgo comunitario, lo que fortalece la visión y misión de Dama Naranja.

6.3. Roles y responsabilidades.

En Dama Naranja, los roles y responsabilidades se asignan de manera estratégica, aprovechando las fortalezas y experiencias de cada fundadora.

Jael Masciel lidera el área de desarrollo de productos capilares, desde la investigación y formulación hasta la producción y control de calidad, encargada de la gestión administrativa. Su formación en marketing le permite diseñar estrategias de comunicación y posicionamiento de la marca, así como gestionar las redes sociales y la tienda virtual. Además, coordina las actividades de formación y empoderamiento dirigidas a jóvenes y mujeres afrocolombianas.

Carmen Cecilia Iriarte se encarga de la gestión financiera, incluyendo la contabilidad, la planificación presupuestaria y la relación con proveedores. Su experiencia en sostenibilidad ambiental la posiciona como la responsable de implementar prácticas ecológicas en los procesos

productivos y logísticos. También coordina las actividades comunitarias y las alianzas con organizaciones locales.

Ambas fundadoras colaboran en la elaboración de artesanías, el diseño de productos y la atención al cliente, asegurando una operación integral y coherente con los valores de la marca.

6.4. Necesidades de personal.

Actualmente, Dama Naranja opera con el esfuerzo conjunto de sus fundadoras y una red de colaboradoras externas. Sin embargo, para consolidar su crecimiento y ampliar su impacto, se identifican necesidades específicas de personal.

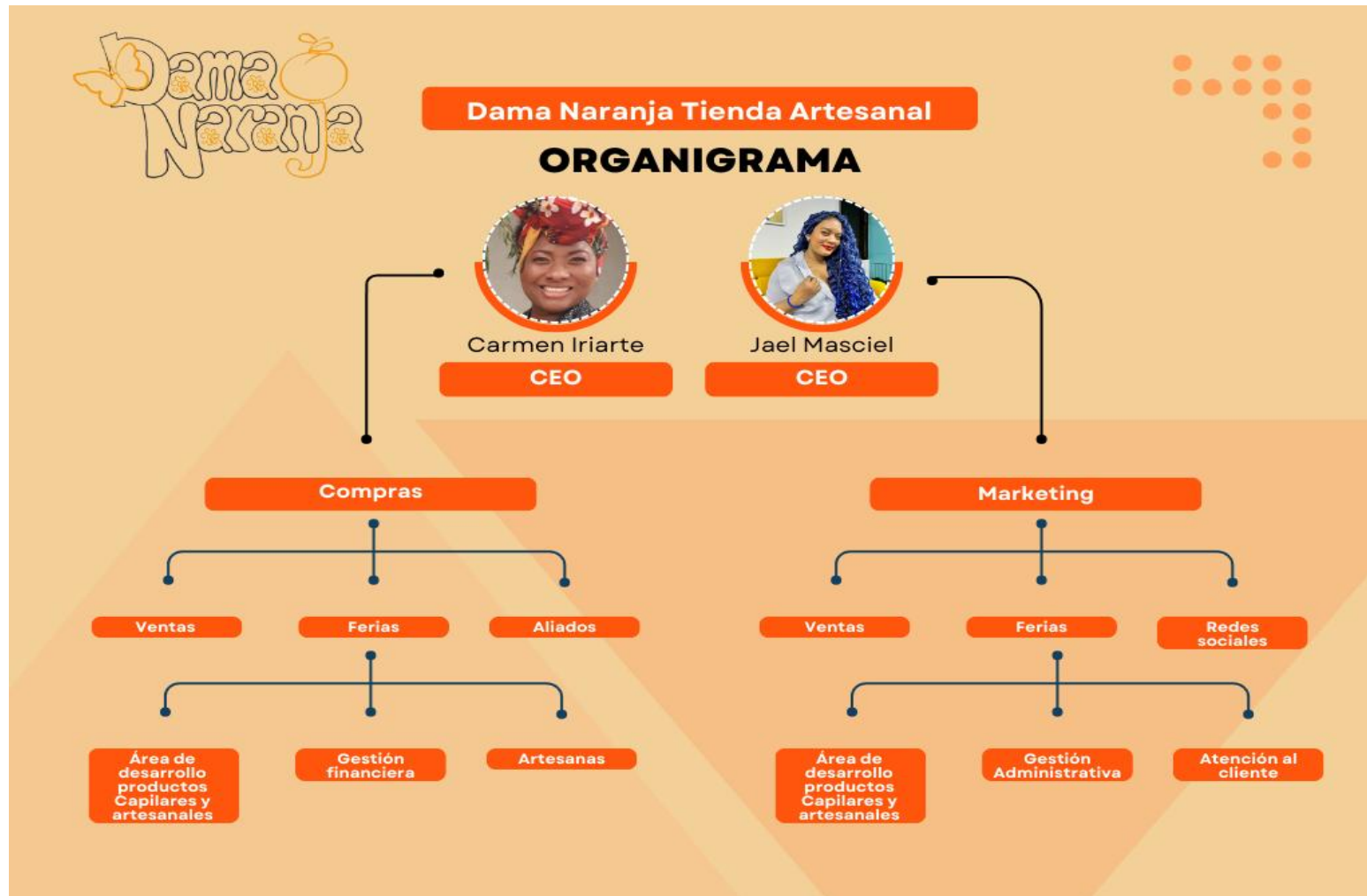
En el área de producción capilar, se requiere la incorporación de una asistente técnica que apoye en la elaboración de productos, garantizando la eficiencia y la calidad en cada lote. Esta persona debe tener conocimientos en cosmética natural y buenas prácticas de manufactura.

Para la línea de artesanías, es necesario fortalecer la red de artesanas colaboradoras, especialmente en regiones como Atlántico, Córdoba y Sucre, asegurando un flujo constante de piezas de caña flecha y promoviendo la transferencia de saberes ancestrales.

En el ámbito comercial, se contempla la contratación de un(a) asistente de ventas y atención al cliente, que gestione los pedidos, coordine los envíos y brinde soporte en la tienda virtual y redes sociales.

Estas incorporaciones permitirán a Dama Naranja Tienda Artesanal optimizar sus operaciones, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer su compromiso con el desarrollo económico y cultural de la comunidad afrocolombiana.

6.5. Organigrama.



Fuente: elaboración propia.

Capítulo 7: Plan financiero.

7.1. Inversión inicial / necesidades de financiación

La inversión inicial estimada para operar Dama Naranja Tienda Artesanal asciende a **\$24.000.000**, financiada por tres inversionistas. Esta suma cubre tanto los requerimientos básicos de infraestructura como la adquisición de maquinaria esencial para la producción artesanal de cosméticos capilares.

Entre los activos adquiridos destacan:

- **Balanza digital de precisión:** utilizada para la dosificación exacta de ingredientes naturales, garantizando la estandarización en los productos.
- **Termómetro digital:** herramienta clave para el control de temperaturas durante la maceración y emulsificación de extractos vegetales.

Esta inversión se orienta a fortalecer un modelo artesanal de producción sostenible, eficiente y conforme con los estándares sanitarios requeridos por la normativa colombiana.

INVERSIÓN			
	Valor de la inversion	Maquinaria	Descripción de Maquinaria
Inversionista 1	\$ 10.000.000	\$ 300.000	Balanza digital de precisión Para pesar ingredientes sólidos y líquidos
Inversionista 2	\$ 10.000.000	\$ 80.000	Termómetro digital, para controlar la temperatura.
		\$ 1.500.000	Computador
		\$ 1.100.000	Llenadora semimanual de líquidos
Inversionista 3	\$ 4.000.000	\$ 900.000	Mezclador industrial para shampoo, cremas y aceites
		\$ 1.500.000	Computador
		\$ 120.000	Phmetro digital, Para medir el pH de los productos capilares.
Total Inversion	\$ 24.000.000	\$ 5.500.000	\$ 29.500.000

Fuente: elaboración propia.

7.2. Proyección de ventas

La proyección de ventas para el primer año de Dama Naranja Tienda Artesanal se fundamenta en el análisis del comportamiento del mercado objetivo en Bogotá D.C., el cual está compuesto principalmente por hombres y mujeres entre los 14 y 38 años con cabello rizado, crespo o afro, así como por el posicionamiento estratégico de la marca en ferias locales y canales digitales. Esta estimación toma en cuenta una estrategia de venta omnicanal combinada con campañas de marketing digital y participación en eventos culturales.

Los dos productos principales proyectados para el primer año son:

- **Aceite capilar natural:** con un precio de venta al público de \$67.000 y una proyección de 3.600 unidades vendidas.
- **Champú artesanal:** con un precio de \$60.000 y una proyección de 4.800 unidades vendidas.

Esto representa un volumen total de **8.400 unidades** en el año 1, distribuidas mediante ventas directas en ferias, redes sociales y tienda virtual. Con base en estos datos:

- **Ingresos proyectados año 1:** Aproximadamente **\$522.000.000.**
- **Costos directos proyectados año 1:** Alrededor de **\$61.270.000**, dado un costo promedio por unidad cercano a \$7.294

El crecimiento proyectado del 25% anual en ventas durante los siguientes tres años está respaldado por el fortalecimiento de la estrategia de fidelización, el desarrollo de nuevos productos, y la ampliación de la red de distribución en Bogotá y otras ciudades. La marca

también busca alianzas con salones de belleza especializados y tiendas naturistas, lo cual incrementará progresivamente su cobertura de mercado.

Proyección de Ventas Año 1				
Producto	Valor público año 1	Año 1 (unidades)	Costos por unidad	Gastos por unidad
Aceite especial para cabello elaborado naturalmente	\$ 67.000	3.600	\$ 7.294	\$ 5.097
Shampoo especial para cabello elaborado naturalmente	\$ 60.000	4.800	\$ 7.294	\$ 5.097
Acondicionador especial para cabello elaborado naturalmente	\$ 50.000	4.800	\$ 7.294	\$ 5.097
Total	\$ 177.000	13.200	\$ 7.294	\$ 5.097

Fuente: elaboración propia.

Proyeccion de Ventas Año 2				
Producto	Valor público año 2	Año 2(unidades)	Costos por unidad	Gastos por unidad
Aceite especial para cabello elaborado naturalmente	\$ 75.040	3.672	8.024	5.607
cabello elaborado naturalmente	\$ 67.200	4.896	8.024	5.607
Acondicionador especial para cabello elaborado naturalmente	\$ 56.000	4.896	8.024	5.607
Total	\$ 198.240	13.464	8.024	5.607

Fuente: elaboración propia.

Proyeccion de Ventas Año 3				
Producto	Valor público año 3	Año 3 (unidades)	Costos por unidad	Gastos por unidad
Aceite especial para cabello elaborado naturalmente	85.546	3.745	9.629	6.728
Shampoo especial para cabello elaborado naturalmente	76.608	4.994	9.629	6.728
Acondicionador especial para cabello elaborado naturalmente	63.840	4.994	9.629	6.728
Total	\$ 225.994	13.733	9.629	6.728

Fuente: elaboración propia.

Proyeccion de Ventas Año 4				
Producto	Valor público año4	Año 4 (unidades)	Costos por unidad	Gastos por unidad
Aceite especial para cabello elaborado naturalmente	99.233	3.820	11.554	8.074
Shampoo especial para cabello elaborado naturalmente	88.865	5.094	11.554	8.074
Acondicionador especial para cabello elaborado naturalmente	74.054	5.094	11.554	8.074
Total	\$ 262.153	14.008	11.554	8.074

Fuente: elaboración propia.

Proyeccion de Ventas Año 5				
Producto	Valor público año4	Año 4 (unidades)	Costos por unidad	Gastos por unidad
Aceite especial para cabello elaborado naturalmente	117.095	3.897	13.865	9.689
cabello elaborado	104.861	5.196	13.865	9.689
Acondicionador especial para cabello elaborado naturalmente	87.384	5.196	13.865	9.689
Total	\$ 309.340	14.288	13.865	9.689

Fuente: elaboración propia.

7.3. Estructura de costos (fijos y variables)

La estructura de costos de Dama Naranja Tienda Artesanal se ha diseñado de forma realista y adaptada al contexto artesanal, equilibrando calidad y sostenibilidad. Los costos se dividen en fijos y variables, considerando los requerimientos operativos para mantener la producción durante el primer año.

Costos fijos mensuales estimados:

- Arriendo del punto físico en Usaquén: **\$1.100.000**
- Servicios públicos (agua, luz, internet, gas): **\$300.000**

Esto da un total aproximado de **\$1.400.000 mensuales**, equivalente a **\$16.800.000 anuales** en costos fijos.

Costos variables por unidad producida (promedio):

- Costo unitario promedio de producción (aceite y champú): **\$7.294**
- Gastos logísticos y materiales por unidad: alrededor de **\$5.097**

Dado el volumen proyectado de 8.400 unidades en el primer año, el costo variable total estimado es de **más de \$61 millones anuales**, alineado con el volumen y composición de ingredientes naturales y empaques reciclables utilizados en cada producto.

Esta estructura de costos permite a la empresa mantener márgenes saludables mientras garantiza una oferta coherente con su propuesta de valor: productos artesanales, naturales y culturalmente significativos. Además, los costos se han optimizado gracias a la producción propia, compra directa de insumos y apoyo de una red de colaboradores externos que no implican cargas laborales fijas.

COSTOS FIJOS TOTAL				
Costos de Operación				
	Descripción		Mensual	
Arriendo punto físico	Arriendo punto físico usaquéen (zona de producción y oficina)	\$	1.100.000	
Servicios públicos	Energía, agua, luz, gas e internet	\$	300.000	
Plataforma web y hosting	Soporte Técnico y Mantenimiento	\$	25.000	
Nómina trabajadores	Salario de colaboradores	\$	3.681.615	
Mantenimiento de maquinaria	Mantenimiento maquinaria para la producción	\$	66.667	Mantenimiento cada 6 meses por un valor total de 400.000
Total CF		\$	5.173.282	\$ 62.079.378

Fuente: elaboración propia.

COSTOS VARIABLES				
Costos de Operación				
	Descripción		Mensual	
Materia Prima principal	Frutas (chontaduro, corozo), aceites (ricino, coco),	\$	1.120.000	Para 400 unidades
Fragancias y activos	Lavanda, romero, conservantes naturales, vitamina E.	\$	320.000	
Envase y tapa	Frasco 250 ml + tapa dosificadora	\$	500.000	
Etiqueta impresa	Papel adhesivo resistente, impresión artesanal	\$	200.000	
Embalaje y empaque final	Bolsa kraft o reciclable + cinta	\$	150.000	
Transporte de materias primas	Fletes locales de proveedores	\$	80.000	
Suministros de producción	Alcohol, guantes, papel, filtros,	\$	160.000	
Depreciación de maquinaria	Depreciación maquinaria para elaboración y empaque de productos	\$	250.000	
Materiales para control calidad	Pruebas de pH, viscosidad, muestras	\$	30.000	
Servicios públicos	Energía, agua, luz, gas e internet	\$	150.000	
Total		\$	2.960.000	
		\$		\$ 35.520.000

Fuente: elaboración propia.

7.4. Estado de resultados proyectado (3 a 5 años).

El estado de resultados proyectado de Dama Naranja Tienda Artesanal abarca un horizonte de cinco años, con base en las proyecciones de ventas, la estructura de costos y el crecimiento esperado del 25% anual. A continuación, se presentan las principales cifras del escenario base:

Año 1:

- **Ingresos por ventas:** \$522.000.000
- **Costos variables (producción y logística):** \$61.270.000
- **Costos fijos anuales:** \$16.800.000

- **Gastos administrativos y operativos (nómina, ferias, contenido):** \$33.000.000 COP
- **Utilidad bruta estimada:** \$444.930.000
- **Utilidad operativa neta estimada:** \$395.130.000 COP

Proyección con crecimiento anual del 25%

Nota: se proyecta una inflación moderada anual del 5% para los gastos fijos y administrativos.

Este estado de resultados proyectado muestra un crecimiento constante en la rentabilidad del proyecto, sustentado en una estructura operativa controlada, alta fidelización de clientes y un modelo de negocio escalable a través de canales digitales. La sólida utilidad neta proyectada a cinco años indica una operación financieramente sana y con alta proyección de sostenibilidad.

7.5. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es una herramienta crítica para evaluar la liquidez del proyecto. Para Dama Naranja Tienda Artesanal, se ha elaborado un flujo mensual detallado para el primer año y una proyección anual para los años siguientes, con el fin de garantizar que la empresa pueda cubrir sus obligaciones y mantener su operación sin interrupciones.

Flujo de caja mensual – Año 1 (Resumen):

- **Ingresos mensuales promedio:** \$43.500.000
- **Egresos operativos mensuales** (costos fijos + variables + administrativos): \$8.100.000
- **Flujo neto mensual estimado:** \$35.400.000

Este flujo positivo mensual permite cubrir imprevistos, reinvertir en el negocio y fortalecer el capital de trabajo, especialmente en temporadas altas como diciembre o durante ferias y eventos.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Tasa de oportunidad	11%					
Aumento anual CV y CF	5%					
Aumento Ventas 25%	25%					
Impuesto	35%					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$ 1.201.200.000	\$ 1.501.500.000	\$ 1.876.875.000	\$ 2.346.093.750	\$ 2.932.617.188
Costos variables		-\$ 35.520.000	-\$ 37.296.000	-\$ 39.160.800	-\$ 41.118.840	-\$ 43.174.782
Costos fijos		-\$ 59.079.378	-\$ 62.033.347	-\$ 65.135.014	-\$ 68.391.765	-\$ 71.811.353
Gastos administración y venta		-\$ 68.200.498	-\$ 71.610.523	-\$ 75.191.049	-\$ 78.950.602	-\$ 82.898.132
Depreciación		-\$ 765.000	-\$ 765.000	-\$ 765.000	-\$ 765.000	-\$ 765.000
Resultado antes de impuestos		\$ 1.037.635.124	\$ 1.329.795.130	\$ 1.696.623.136	\$ 2.156.867.543	\$ 2.733.967.920
Impuesto		-\$ 363.172.293	-\$ 465.428.295	-\$ 593.818.098	-\$ 754.903.640	-\$ 956.888.772
Resultado después de impuestos		\$ 674.462.830	\$ 864.366.834	\$ 1.102.805.039	\$ 1.401.963.903	\$ 1.777.079.148
Depreciación		\$ 765.000	\$ 765.000	\$ 765.000	\$ 765.000	\$ 765.000
Inversión maquinaria	-\$ 2.500.000					
Inversión equipos	-\$ 3.000.000					
Capital de Trabajo	-\$ 24.000.000					
Flujo de caja	-\$ 29.500.000	\$ 675.227.830	\$ 865.131.834	\$ 1.103.570.039	\$ 1.402.728.903	\$ 1.777.844.148

Fuente: elaboración propia.

El crecimiento sostenido del flujo neto está apalancado en la ampliación del portafolio de productos, la optimización de procesos artesanales y una estrategia comercial digital consolidada. Este excedente acumulado permitirá, a mediano plazo, contemplar la expansión a otras ciudades, mejorar la infraestructura y/o aumentar la capacidad productiva.

7.6. Evaluación financiera

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, se emplean tres indicadores clave: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión, para este proyecto se utilizaron supuestos financieros claves, como:

- **Inversión inicial:** \$20.000.000 COP
- **Flujos netos estimados:**

Año 1: \$424.930.000

Año 2: \$523.622.500

Año 3: \$664.986.125

Año 4: \$842.213.556

Año 5: \$1.064.296.891

- **Tasa de oportunidad (descuento): 11%**

Valor Actual Neto (VAN):

El VAN representa el valor presente de los beneficios netos futuros descontados a la tasa de oportunidad. Con los datos proyectados, el VAN supera ampliamente los \$1.8 mil millones lo que indica una rentabilidad sobresaliente para Dama Naranja Tienda Artesanal.

Tasa Interna de Retorno (TIR):

La TIR estimada supera el 70% anual, muy por encima del costo de oportunidad del capital (11%). Esto señala que el proyecto de Dama Naranja no solo es viable, sino que es financieramente muy atractivo.

Período de recuperación:

El proyecto de Dama Naranja Tienda Artesanal, recupera la inversión inicial de \$20 millones en **menos de un mes de operación**, esto gracias a los ingresos y flujos netos mensuales proyectados desde el primer año. Este periodo de recuperación rápido representa una ventaja considerable para los inversionistas y fundadoras, al reducir el riesgo financiero y permitir reinversión temprana.

7.7. Identificación de riesgos

La identificación de riesgos es una herramienta clave dentro del plan financiero y estratégico de Dama Naranja Tienda Artesanal, ya que permite no solo reconocer los escenarios potenciales de afectación, sino también diseñar planes de mitigación proactivos. Este análisis cobra aún mayor relevancia en emprendimientos con un alto componente manual, dependientes de ingredientes naturales y con vínculos comunitarios estrechos, como lo es Dama Naranja, cuyo éxito depende de la articulación cuidadosa entre identidad, sostenibilidad y eficiencia.

Este capítulo busca ofrecer una visión clara de los desafíos que enfrenta Dama Naranja Tienda Artesanal en su consolidación como marca líder en el segmento de cosmética capilar natural para cabellos rizados, crespos y afro. Se parte del principio de que no basta con identificar las oportunidades del mercado o proyectar cifras positivas: también es necesario reconocer las posibles fallas estructurales, barreras externas o internas que puedan poner en riesgo los objetivos propuestos.

Riesgos operativos

Dado el carácter artesanal del proceso productivo, la dependencia de las fundadoras y de las proveedoras externas de insumos naturales y artesanías representa una vulnerabilidad significativa. Cualquier imprevisto que afecte la salud, disponibilidad o capacidad de producción de estas personas puede impactar directamente en la continuidad del negocio. A esto se suma la limitada automatización de los procesos, lo cual, si bien favorece la autenticidad del producto, también reduce la capacidad de respuesta ante un aumento inesperado en la demanda.

Asimismo, la producción se realiza en pequeños lotes con herramientas manuales y caseras (batidoras, termómetros, balanzas), lo que puede generar variabilidad entre lotes si no se mantienen controles estrictos. Aunque se han implementado buenas prácticas de manufactura y control de

calidad, el escalamiento de la producción requerirá una inversión en equipamiento y capacitación para evitar errores de formulación o contaminación cruzada.

Riesgos financieros

Aunque el proyecto presenta una sólida rentabilidad con un VAN superior a \$1.800 millones y una TIR del 70%, existe riesgo asociado a la dependencia de ventas proyectadas y a las fluctuaciones en los precios de las materias primas naturales. Cualquier alza considerable en los costos de ingredientes como el corozo, el chontaduro o aceites esenciales puede afectar el margen de utilidad si no se traslada adecuadamente al precio final.

Además, la empresa se encuentra en etapa de consolidación, lo que la hace particularmente vulnerable a retrasos en pagos, baja rotación del inventario o disminuciones temporales en la demanda. Si bien se ha establecido un flujo de caja mensual positivo estimado en \$35.400.000, es clave mantener reservas de liquidez para enfrentar imprevistos y reforzar la resiliencia financiera en temporadas bajas o fuera de ferias y eventos.

Riesgos de mercado

El mercado de la cosmética capilar natural está en auge, pero también es altamente competitivo y sensible a tendencias. La entrada de nuevas marcas, especialmente aquellas con mayor capacidad publicitaria o distribución, puede desplazar a emprendimientos locales. Existe además el riesgo de que, a pesar del enfoque cultural y artesanal de la marca, algunos consumidores prioricen precio sobre identidad o sostenibilidad, afectando la retención de clientes en un contexto económico difícil.

Dama Naranja ha mitigado este riesgo mediante un posicionamiento diferenciado, un storytelling sólido y estrategias digitales constantes. No obstante, es imprescindible monitorear

constantemente las preferencias del consumidor y mantener la innovación en productos y empaques, especialmente frente al crecimiento de competidores emergentes.

Riesgos regulatorios y legales

El cumplimiento normativo representa un eje crítico del negocio. Como empresa de cosmética artesanal, Dama Naranja debe ajustarse a las disposiciones del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), especialmente en lo relacionado con la rotulación, uso de ingredientes aprobados y buenas prácticas de manufactura. La Ley 2047 de 2020 también establece prohibiciones sobre pruebas en animales, lo cual debe respetarse estrictamente.

Además, el uso de elementos culturales en el branding requiere sensibilidad y cumplimiento de normas de propiedad intelectual. La apropiación indebida o el uso sin consentimiento de símbolos tradicionales podría derivar en sanciones legales o daños reputacionales. Por tanto, es esencial establecer acuerdos claros con artesanas y comunidades proveedoras, así como registrar debidamente las marcas y diseños exclusivos de la empresa.

Riesgos ambientales y climáticos

Al trabajar con insumos naturales, existe un riesgo derivado de la variabilidad climática que puede afectar la disponibilidad de frutas o plantas esenciales para la formulación. Sequías, lluvias prolongadas o afectaciones a la cadena agrícola pueden retrasar la producción o encarecer los ingredientes. Esta situación obliga a contar con una red diversificada de proveedores, así como con sistemas de almacenamiento adecuados que garanticen la conservación de materias primas en condiciones óptimas.

Recomendaciones

Luego de realizar un análisis exhaustivo de las condiciones internas y externas que rodean a Dama Naranja Tienda Artesanal, así como de evaluar sus capacidades productivas, financieras, comerciales y organizacionales, se identifican múltiples oportunidades de mejora y crecimiento sostenible. Las recomendaciones están diseñadas para fortalecer la propuesta de valor del emprendimiento, optimizar su modelo operativo, mitigar riesgos identificados previamente y consolidar su presencia como referente en el mercado de cosmética capilar natural con enfoque étnico-cultural.

Estas sugerencias no solo responden a los retos actuales del negocio, como la necesidad de ampliar su alcance geográfico, fortalecer su presencia digital o diversificar su portafolio, sino que también apuntan a garantizar su sostenibilidad financiera y social en el mediano y largo plazo. Cada recomendación está fundamentada en las realidades del proyecto y busca potenciar aquellas acciones que ya han mostrado resultados positivos, al tiempo que se incorporan buenas prácticas observadas en emprendimientos exitosos del sector.

Referencias

- ALMADINA. (28 de Junio de 2023). *Almadina*. Obtenido de <https://almadina.com.co/normas-para-productos-cosmeticos-invima-en-colombia>
- America Malls Retail. (16 de Enero de 2025). *America Malls Retail*. Obtenido de <https://america-retail.com/paises/colombia/la-revolucion-de-los-cosmeticos-naturales-colombia-lidera-el-camino>
- ANDI. (2023). *ANDI*. Obtenido de ANDI: <https://www.andi.com.co/>
- Ash, M. (2010). *Running Lean*.
- Benavides, D. I. (2009). *Artesanías de Colombia*. Obtenido de Artesanías de Colombia: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: https://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb
- Colombia sostenible*. (s.f.). Obtenido de Colombia sostenible: <https://www.colombiasostenible.gov.co>

DANE. (2024 de Mayo de 2024). *DANE*. Obtenido de DANE:

<https://www.dane.gov.co/index.php/actualidad-dane/5771-el-dane-y-las-comunidades-negra-afrocolombiana-raizal-y-palenquera>

Díaz, N. (Diciembre de 2024). *El Tiempo*. Obtenido de El Tiempo:

<https://www.eltiempo.com/vida/crecimiento-del-mercado-de-artesantias-colombianas-305380>

Fashion Radicals. (2023). Obtenido de <https://www.fashionradicals.com/>

Lee, D. (2024 de febrero de 2023). *Emiquent*. Obtenido de Las 7 Ps del Marketing Mix

Ampliado – La guía definitiva: <https://emiquent.com/es/blog/las-7-ps-del-marketing-mix-ampliado-la-guia-definitiva>

Mordor Intelligence. (2024). Obtenido de [https://www.mordorintelligence.com/es/industry-](https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/colombia-cosmetics-products-market-industry)

[reports/colombia-cosmetics-products-market-industry](https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/colombia-cosmetics-products-market-industry)

Rojo, E. (10 de Marzo de 2025). *El País*. Obtenido de [https://elpais.com/america/lideresas-de-](https://elpais.com/america/lideresas-de-latinoamerica/2025-03-11/la-hoja-de-coca-de-la-mata-que-mata-a-una-paleta-de-color-para-el-arte-y-la-moda)

[latinoamerica/2025-03-11/la-hoja-de-coca-de-la-mata-que-mata-a-una-paleta-de-color-para-el-arte-y-la-moda](https://elpais.com/america/lideresas-de-latinoamerica/2025-03-11/la-hoja-de-coca-de-la-mata-que-mata-a-una-paleta-de-color-para-el-arte-y-la-moda).

Sectorial. (2024). Obtenido de Sectorial: [https://sectorial.co/aseo-personal/la-venta-de-productos-](https://sectorial.co/aseo-personal/la-venta-de-productos-cosmeticos-y-de-aseo-crecio-1114-en-2023/)

[cosmeticos-y-de-aseo-crecio-1114-en-2023/](https://sectorial.co/aseo-personal/la-venta-de-productos-cosmeticos-y-de-aseo-crecio-1114-en-2023/)

Semana, R. (23 de Agosto de 2024). *Revista Semana*. Obtenido de Revista Semana:

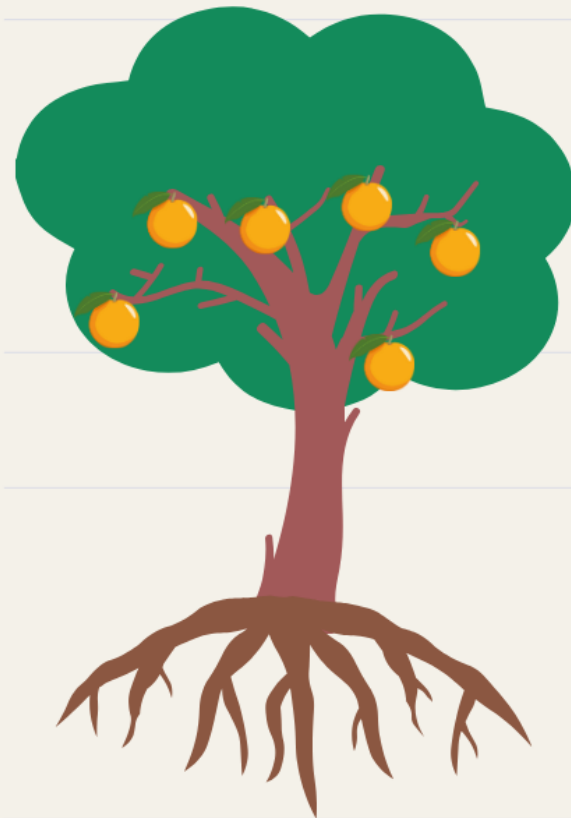
<https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/puede-la-biodiversidad-convertir-a-colombia-en-una-potencia-mundial-de-la-cosmetica/202423>

Statista. (19 de Septiembre de 2024). Obtenido de Statista:

<https://es.statista.com/estadisticas/1320185/colombia-tamano-del-mercado-de-cosmeticos/>

Anexos

ÁRBOL DE PROBLEMAS



EFECTO 1 Merma de Ingresos

- Dificultad para alcanzar los objetivos financieros.
- Restricción en la capacidad de inversión en crecimiento.

EFECTO 2 Agotamiento

Dificultad para atraer y fidelizar clientes.

EFECTO 3 Competitividad

Menor presencia en el mercado frente a competidores.

PROBLEMA PRINCIPAL

Ventas bajas de productos capilares artesanales para cabellos rizados, crespos y afro en Dama Naranja Tienda Artesanal.

CAUSA 1 Desconocimiento

- Escasa presencia en canales de marketing y publicidad.
- Débil posicionamiento en el mercado local de Bogotá D.C.

CAUSA 2 Percepción

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

CAUSA 3 Insatisfacción

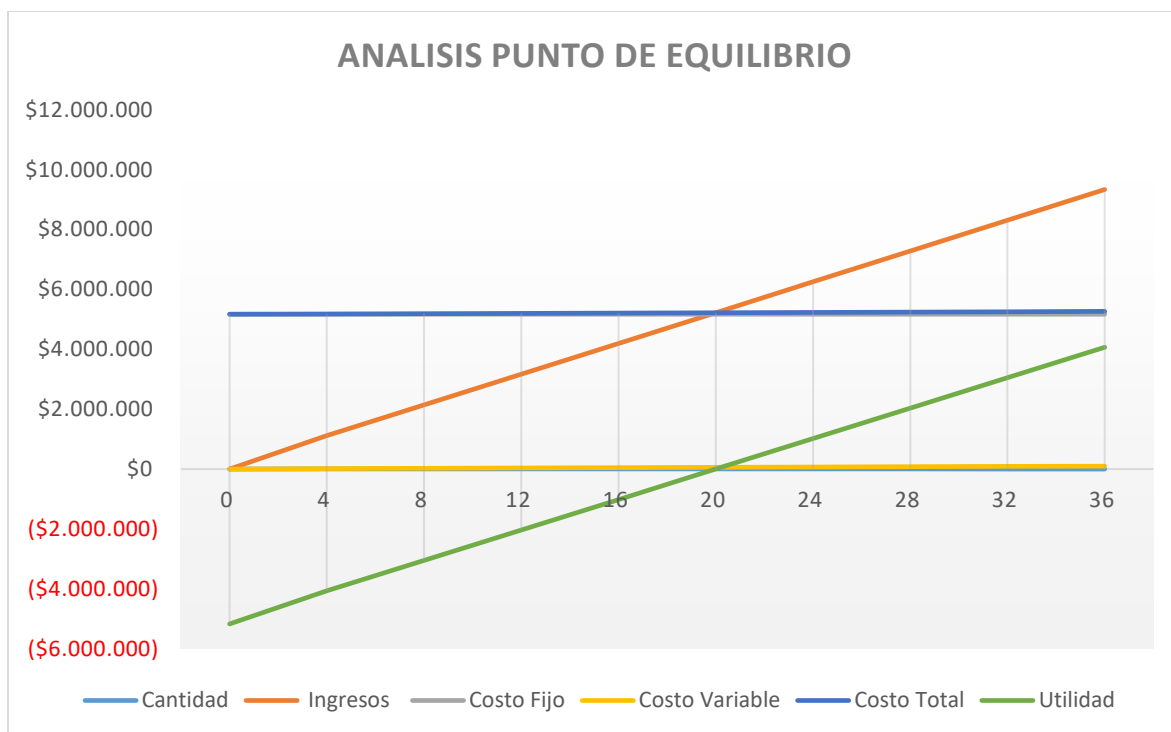
- Puntos de venta limitados en Bogotá D.C.
- Presencia limitada en plataformas de comercio electrónico.

DAMA NARANJA TIENDA ARTESANAL

Mapa de *Empatía*



Mapa de empatía. Anexo B



Gráfica punto de equilibrio Anexo C

FLUJO DE EFECTIVO						
Depreciacion						
Valor de Equipo computo	Porcentaje Residual	Valor Residual	Vida Util - Años	Depreciacion		
\$ 3.000.000	10%	\$ 300.000	5	\$ 540.000		
Valor de maquinaria						
\$ 2.500.000	10%	\$ 250.000	10	\$ 225.000		
Tasa de oportunidad		11%				
Aumento anual CV y CF		5%				
Aumento Ventas 25%		25%				
Impuesto		35%				
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		\$ 1.201.200.000	\$ 1.501.500.000	\$ 1.876.875.000	\$ 2.346.093.750	\$ 2.932.617.188
Costos Variables		-\$ 35.520.000	-\$ 37.296.000	-\$ 39.160.800	-\$ 41.118.840	-\$ 43.174.782
Costos fijos		-\$ 62.079.378	-\$ 65.183.347	-\$ 68.442.514	-\$ 71.864.640	-\$ 75.457.872
Depreciación		-\$ 765.000	-\$ 765.000	-\$ 765.000	-\$ 765.000	-\$ 765.000
Utilidad antes de impuesto		\$ 1.102.835.622	\$ 1.398.255.653	\$ 1.768.506.686	\$ 2.232.345.270	\$ 2.813.219.533
Impuestos		-\$ 385.992.468	-\$ 489.389.479	-\$ 618.977.340	-\$ 781.320.844	-\$ 984.626.837
Utilidad despues de impuesto		\$ 716.843.154	\$ 908.866.174	\$ 1.149.529.346	\$ 1.451.024.425	\$ 1.828.592.697
Depreciación		\$ 765.000	\$ 765.000	\$ 765.000	\$ 765.000	\$ 765.000
Flujo de efectivo operativo		\$ 331.615.687	\$ 420.241.696	\$ 531.317.006	\$ 670.468.581	\$ 844.730.860
Inversión inicial	-\$ 29.500.000					
Flujo neto	-\$ 29.500.000	\$ 331.615.687	\$ 420.241.696	\$ 531.317.006	\$ 670.468.581	\$ 844.730.860
VPN	\$ 1.941.789.946					
TIR	1150,80%					
TVR	157,22%					

Flujo de efectivo Dama Naranja Tienda Artesanal a 5 años. Anexo D

INVERSIÓN			
	Valor de la inversion	Maquinaria	Descripción de Maquinaria
Inversionista 1	\$ 10.000.000	\$ 300.000	Balanza digital de precisión Para pesar ingredientes sólidos y líquidos
Inversionista 2	\$ 10.000.000	\$ 80.000	Termómetro digital, para controlar la temperatura.
		\$ 1.500.000	Computador
		\$ 1.100.000	Llenadora semimanual de líquidos
Inversionista 3	\$ 4.000.000	\$ 900.000	Mezclador industrial para shampoo, cremas y aceites
		\$ 1.500.000	Computador
		\$ 120.000	Phmetro digital, Para medir el pH de los productos capilares.
Total Inversion	\$ 24.000.000	\$ 5.500.000	\$ 29.500.000

Inversión y activos. Anexo E

ACTIVOS FIJOS			
	Cant	Valor un	Valor Total
Computadores	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Balanza digital de precisión Para pesar ingredientes sólidos y líquidos	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Termómetro digital, para controlar la temperatura.	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Llenadora semimanual de líquidos	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Mezclador industrial para shampoo, cremas y aceites	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Phmetro digital, Para medir el pH de los productos capilares.	1	\$ 120.000	\$ 120.000
TOTAL DE ACTIVOS			\$ 5.500.000

Activos fijos. Anexo F

NOMINA MENSUAL DE TRABAJADORES										
Personas	Cargo	Ingreso base	Dias trabajados	Sueldo	Aux. Transporte	Total Devengado	Aporte a salud	Aporte a pension	Total Deducciones	Neto pagado
A	Administradora	\$ 1.423.500	30	1.423.500	\$ 200.000	\$ 1.623.500	\$ 56.940	\$ 56.940	\$ 113.880	\$ 1.509.620
B	Marketing - Publicidad	\$ 1.423.500	30	1.423.500	\$ 200.000	\$ 1.623.500	\$ 56.940	\$ 56.940	\$ 113.880	\$ 1.509.620
Totales				2.847.000	\$ 400.000	\$ 3.247.000	\$ 113.880	\$ 113.880	\$ 227.760	\$ 3.019.240
Prestaciones sociales y vacaciones										
Cesantias	\$	270.475	8,33%							
Prima	\$	270.475	8,33%							
Intereses sobre cesantias	\$	2.705	1%							
Vacaciones	\$	118.720	4,17%							
Total prestaciones sociales y vacaciones	\$	662.375								
TOTAL NÓMINA MENSUAL	\$	3.681.615								

Nómina mensual de trabajadores. Anexo G

Proyeccion de ventas

Aceite									
Plan mensual				Plan semestral			Plan Anual		
Mes	Cantidad	Precio unitario	Total	Cantidad	Precio	Total	Cantidad	Precio	Total
Enero	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Febrero	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Marzo	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Abril	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Mayo	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Junio	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Julio	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Agosto	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Septiembre	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Octubre	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Noviembre	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
Diciembre	300	\$67.000	\$20.100.000	1800	\$45.000	\$81.000.000	3600	\$5.583	\$20.100.000
	\$300		\$241.200.000	1800		\$972.000.000	3600		\$241.200.000

Proyección de ventas aceite. Anexo H

Proyeccion de ventas

Shampoo									
Plan mensual				Plan semestral			Plan Anual		
Mes	Cantidad	Precio unitario	Total	Cantidad	Precio	Total	Cantidad	Precio	Total
Enero	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Febrero	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Marzo	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Abril	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Mayo	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Junio	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Julio	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Agosto	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Septiembre	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Octubre	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Noviembre	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
Diciembre	400	\$60.000	\$24.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$50.000	\$240.000.000
	\$400		\$288.000.000	2400		\$1.296.000.000	4800		\$2.880.000.000

Proyección de ventas shampoo. Anexo I

Proyeccion de ventas

Acondicionador									
Plan mensual				Plan semestral			Plan Anual		
Mes	Cantidad	Precio unitario	Total	Cantidad	Precio	Total	Cantidad	Precio	Total
Enero	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Febrero	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Marzo	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Abril	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Mayo	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Junio	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Julio	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Agosto	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Septiembre	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Octubre	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Noviembre	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
Diciembre	400	\$50.000	\$20.000.000	2400	\$45.000	\$108.000.000	4800	\$41.667	\$200.000.000
	\$400		\$240.000.000	2400		\$1.296.000.000	4800		\$2.400.000.000

Proyección de ventas acondicionador. Anexo J