Convicciones |vol. 9, no. 18, pp. 125-128 |Julio-Diciembre 2022 |E-ISSN 2385-7589

Viabilidad comercial y financiera del champú Melanin Magic en Cúcuta: formulación preliminar

Melanin Magic Shampoo in Cúcuta: Preliminary Commercial and Financial Feasibility Study

1. Dennis Gabriela Carreño Rojas
2. Yiseth Lorena López Rangel
3. Jessica Paola Izquierdo Mantilla
4. José Roberto Dávila Nieto

Recibido: 12-02-2021
Aprobado: 13-05-2021

Resumen

Este artículo presenta la formulación preliminar de Melanin Magic, un concepto de champú orientado a personas con canas en Cúcuta, Norte de Santander. El objetivo fue delimitar los aspectos que deben evaluarse para determinar su viabilidad comercial y financiera. Se realizó un ejercicio exploratorio de formulación que integró antecedentes documentales sobre productos capilares, la construcción de un perfil hipotético de cliente, el análisis de involucrados y la elaboración de árboles de problemas y objetivos y de una matriz de marco lógico. El avance identificó como público potencial a personas adultas interesadas en alternativas para el manejo estético de las canas y señaló el precio, la confianza en el producto y la disponibilidad como factores por examinar. El presupuesto inicial consignado en la matriz asciende a COP 380 millones, con partidas de fabricación, comercialización y administración. Los resultados delimitan el mercado potencial y los rubros que requieren validación. Para determinar la viabilidad se necesitan datos de demanda, estimaciones sustentadas de costos y proyecciones de ingresos y flujo de caja.

Palabras clave: champú, estudio de mercado, formulación de proyectos, viabilidad comercial, viabilidad financiera.

Abstract

This article presents the preliminary design of Melanin Magic, a shampoo concept aimed at people with gray hair in Cúcuta, Norte de Santander, Colombia. The objective was to identify what needs to be assessed to determine its commercial and financial feasibility. The exploratory project design drew on documentary sources on hair care products, a hypothetical customer profile, stakeholder analysis, problem and objective trees, and a logical framework matrix. The preliminary work identified adults interested in cosmetic options for gray hair as potential customers and highlighted price, trust in the product, and availability as factors for further investigation. The initial budget recorded in the matrix totals COP 380 million and covers manufacturing, marketing, and administration. These findings define a potential market and identify cost items that require validation. Determining feasibility will require demand data, substantiated cost estimates, and revenue and cash flow projections.

Keywords: shampoo, market research, project design, commercial feasibility, financial feasibility.

[1] Programa de Administración Financiera, est_dg_carreño@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia.
[2] Programa de Administración Financiera, est_yl_lopez@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia.
[3] Programa de Administración Financiera, est_jp_izquierdo@fec.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia.
[4]Programa de Administración Financiera, est_jr_davila@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia.

***Autoría de correspondencia:est_dg_carreño@fesc.edu.co**

© 2022. Editada por la Fundación de Estudios Suppeiores Comfanorte.

Introducción

Melanin Magic se planteó como una propuesta de champú en el mercado de cuidado capilar de Cúcuta, Norte de Santander. El proyecto partió de una pregunta sobre los atributos que valoraría una persona que busca alternativas para el manejo estético de las canas. La formulación propone examinar si existe demanda para ese concepto y qué costos implicaría llevarlo al mercado.

En Lima, el proyecto Nat-Reborn articuló el estudio de mercado con la planificación técnica y financiera de un producto capilar (Anampa Yrupailla et al., 2018). En Quito, Astudillo Gordón (2022) utilizó encuestas a clientes potenciales y estimaciones de costos para estudiar la comercialización de un champú sólido. En Colombia, Herrera Hernández y Rodríguez Rodríguez (2022) analizaron los requerimientos del consumidor y los riesgos de formulación para un champú con efecto alisante.

El objetivo de este artículo es presentar la formulación preliminar de Melanin Magic e identificar las variables comerciales y financieras que deben evaluarse para determinar su viabilidad en Cúcuta. El análisis se circunscribe a la fase de preparación documentada en el avance de septiembre de 2023.

Metodología

Se desarrolló un ejercicio exploratorio de formulación de proyectos. La unidad de análisis fue la propuesta de negocio Melanin Magic. El avance recurrió a antecedentes documentales sobre el desarrollo y la comercialización de productos capilares y construyó un arquetipo de cliente para orientar la identificación de atributos y preguntas de mercado.

El análisis de involucrados organizó a los actores según sus intereses, los problemas que podrían percibir y los recursos que podrían aportar. Los árboles de problemas y objetivos sirvieron como insumos para construir la matriz de marco lógico, que contiene metas, indicadores, medios de verificación, supuestos y un presupuesto inicial. El avance aporta insumos documentales para diseñar la fase de campo.

Resultados y discusión

El arquetipo propone estudiar a personas mayores de 30 años interesadas en alternativas para el manejo estético de las canas. La facilidad de acceso, el precio y la confianza en el producto surgieron como variables para indagar. El perfil representa una hipótesis de segmentación. Su validación requiere medir los hábitos de compra, la intención de compra y la disposición a pagar en el mercado local.

El análisis de involucrados identificó a consumidores, fabricantes y proveedores, autoridades sanitarias, organizaciones de defensa del consumidor y centros de investigación. Estos actores pueden aportar información para definir los atributos del producto, estimar los requisitos de

producción y orientar la evaluación de calidad y seguridad. La matriz de marco lógico formuló metas de aceptación y satisfacción cuyo cumplimiento deberá medirse en una fase posterior. La matriz asignó montos a siete actividades. La tabla 1 resume el presupuesto consignado en el avance.

Tabla 1. Presupuesto preliminar de actividades

Actividad	Valor en COP	Componente
Compra de maquinaria y materia prima	80.000.000	Producción
Ejecución de imagen	10.000.000	Identidad de marca
Fabricación a punto final	50.000.000	Producción
Mercadeo y publicidad	30.000.000	Comercialización
Honorarios, administración y contratación	110.000.000	Administración
Diseño del plan de campaña	30.000.000	Comercialización
Ejecución del plan de campaña	70.000.000	Comercialización
Total	**380.000.000**	

Nota. Elaboración a partir de la matriz de marco lógico del avance (p. 41). El total corresponde a la suma de los siete rubros.

El presupuesto preliminar suma COP 380 millones (tabla 1). La matriz asigna COP 110 millones a honorarios, administración y contratación, y COP 80 millones a maquinaria y materia prima. La cifra total agrega partidas programadas. Para evaluar la rentabilidad se requiere distinguir inversión inicial y gastos operativos, estimar el margen unitario y proyectar el punto de equilibrio y los flujos de caja.

La formulación coincide con el estudio de Astudillo Gordón (2022) en la necesidad de relacionar preferencias del consumidor y costos de producción. Para Melanin Magic, esta relación podrá examinarse comparando los precios que aceptaría el segmento objetivo con el costo por unidad y el volumen de ventas requerido para cubrir los gastos.

Conclusión

La formulación preliminar de Melanin Magic delimitó un segmento de clientes por validar, identificó actores relevantes y organizó los rubros de un presupuesto inicial. Esta información permite definir el alcance de un estudio de mercado y establecer qué costos necesitan cotizaciones y soporte técnico.

La viabilidad comercial y financiera queda pendiente de comprobación. Se requieren datos de demanda y disposición a pagar, costos unitarios, proyecciones de ventas y flujos de caja. La seguridad y el desempeño del producto también requieren evaluación antes de respaldar afirmaciones sobre sus efectos.

Referencias

Anampa Yrupailla, D., Horna León, I., Lara Rodríguez, D., Morales Gamarra, G., & Rojas Solis, L. (2018). *Shampoo Nat-Reborn* [Trabajo de investigación, Universidad San Ignacio de Loyola]. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c9da3a65-2ddd-4d2e-be57-e230f42580bc/content

Astudillo Gordón, D. (2022). *Plan de negocios para la creación de una empresa fabricante de shampoo sólido natural en el Distrito Metropolitano de Quito, año 2022* [Trabajo de grado, Universidad Tecnológica Indoamérica]. https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/4706/1/ASTUDILLO%20GORDON%20DANIELA%20DEL%20ROCIO%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS.pdf

Herrera Hernández, M., & Rodríguez Rodríguez, F. (2022). *Formulación de shampoo a base de ingredientes naturales con efecto alisante desarrollado por medio de Quality by Design* [Trabajo de grado, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales]. https://repository.udca.edu.co/bitstream/handle/11158/4530/Proyecto%20Final%20Trabajo%20de%20Grado%20Investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y