

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK



Análisis de mercado para la creación de una marca de maquillaje en Mosquera

Propuesta de investigación

opción de grado

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Regional Madrid

Programa Académico Administración Financiera

Unidad Académica de Emprendimiento Centro Progresá E.P.E.

Madrid, Cundinamarca 2023

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK



Análisis de mercado para la creación de una marca de maquillaje en Mosquera

Propuesta de investigación

opción de grado

Presentado por:

Andrea Lizet Sarmiento González ID 768940

Tutor:

Fernando Belalcázar

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Regional Madrid

Programa Académico Administración Financiera

Unidad Académica de Emprendimiento Centro Progresá E.P.E.

Madrid, Cundinamarca 2023

## **1 DEIDICATORIA**

Dedico este trabajo primeramente a Dios que me ha guiado y me ha puesto en este lugar con compañeros y docentes maravillosos, me ha dado fortaleza para cada paso a seguir ante cualquier situación, segundo a mi abuelo quien siempre ha estado incondicionalmente para mí y me ha brindado todo su amor, apoyo y compañía, a mi madre e hija son mi motivación a conseguir en cada logro y las personas que me han guiado para ser quien soy, me han apoyado en cada momento y decisión que tomo en mi vida, a mi hermano que es mi ejemplo a seguir y un gran apoyo en mi vida, a Sebastián quien ha estado incondicionalmente para mí apoyándome en cada decisión y por ultimo a cada docente que me guio, me enseñó y me formó para llegar hasta acá.

## **2 AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios ya que me ha guiado en cada paso y nunca me ha dejado sola, me ha dado la fe y el amor para seguir cuando todo se ve derrumbado, a mi abuelo que me formo, me guio y gracias el estoy acá, a mi madre que se ha encargado de que no me falte nada y a cada docente que me enseñó, me corrigió y me motivo a seguir adelante.

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

### **3 DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE MYK**

Negocio de distribución de cosméticos en la ciudad de Mosquera.

TABLA DE CONTENIDO

1 DEIDICATORIA .....	3
2 AGRADECIMIENTOS .....	4
3 DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE MYK .....	5
negocio de distribución de cosméticos en la ciudad de mosquera.....	5
3.1 lista de tablas.....	7
3.2 lista de Ilustracións .....	8
3.3 INTRODUCCIÓN .....	9
CAPITULO I .....	10
4 planteamiento del problema.....	10
formulación del problema .....	12
5 objetivo de la investigacion .....	12
5.1 objetivos específicos .....	12
6 marco de referencia.....	13
6.1 marco teórico. ....	13
6.2 tipos de empresas .....	13
7 estudio técnico .....	14
7.1 tamaño del proyecto.....	14
7.2 localización .....	14
7.3 tecnología.....	14
7.4 proceso productivo.....	14
7.5 infraestructura .....	15
7.6 planeacion estrategica .....	16
8 aspectos administrativos .....	16
8.1 organigrama .....	16
8.2 legales .....	18
9 diseño metodologico .....	19
9.1 tipo y técnica de investigación.....	19
9.2tipo de muestreo.....	19
9.3 diseño de la investigación .....	19
10 requisitos legales.....	27
10.1 nombre o razón social .....	27
10.2 elaborar la minuta con el siguiente contenido básico: .....	27
10.3 ir a la notaría .....	29
10.4 ir a la dian: .....	32
10.5 afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (arp) .....	33
10.6 régimen de seguridad social:.....	33
10.7 fondo de pensiones y cesantías: .....	34
11. marco ambiental.....	35
12. refrencias.....	39

### **3.1 LISTA DE TABLAS**

Tabla 1 .....	15
Tabla 2 .....	15
TABLA 3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA MYK .....	16
Tabla 4 MANUAL DE FUNCIONES (ADMINISTRADOR) .....	17
Tabla 5. MANUAL DE FUNCIONES (ASESOR COMERCIAL).....	18

### 3.2 LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1:ORGANIGRAMA .....	17
ILUSTRACIÓN 2 FORMATO DE LA ENCUESTA.....	19
ILUSTRACIÓN 3.....	22
ILUSTRACIÓN 4.....	22
ILUSTRACIÓN 5.....	23
ILUSTRACIÓN 6.....	23
ILUSTRACIÓN 7.....	23
ILUSTRACIÓN 8.....	24
ILUSTRACIÓN 9.....	24
ILUSTRACIÓN 10.....	25
ILUSTRACIÓN 11.....	25
ILUSTRACIÓN 12.....	26
ILUSTRACIÓN 13.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ILUSTRACIÓN 14.....	35
ILUSTRACIÓN 15.....	36
ILUSTRACIÓN 16.....	37
ILUSTRACIÓN 17.....	37
ILUSTRACIÓN 18.....	38
ILUSTRACIÓN 19.....	39



### 3.3 INTRODUCCIÓN

Desde tiempos atrás las personas han hecho preparaciones para el cuidado de su piel para poder exaltar su belleza, motivo por el cual vemos que en todas las etapas de la historia del maquillaje ha sido un elemento destacado en la figura femenina.

Un ejemplo claro fueron los egipcios que han sido pioneros en esta práctica junto con Grecia, Atenas, el imperio Romano, Francia entre otros. El maquillaje ha ido evolucionando con el pasar de los años.

En este siglo XXI la aplicación del maquillaje encarna a una mujer sofisticada y preocupada por si misma donde la técnica del embellecimiento no solo es un signo para distinguirse y destacarse entre las demás sino también para gustarse a uno misma mediante la búsqueda de su propia belleza. (experience, 2017)

Con el plan de inversión en esta marca de maquillaje se busca lograr que una mujer encuentre mediante una asesoría personalizada y el contacto directo con el producto, el complemento apropiado para resaltar su belleza con la aplicación del maquillaje de acuerdo a sus características individuales estando acorde con las nuevas tendencias y sus rasgos físicos. Es importante resaltar que la decoración del cuerpo constituye el exterior visible de un interior invisible. Ramos José. (2012, noviembre 14)

## CAPITULO I

### 4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La imagen personal es muy importante en nuestra vida diaria, refleja quiénes somos, el aumento de la demanda de productos estéticos, servicios de belleza y el cuidado personal es originado por una generación que tiene su propia identidad y sobre todo desarrollar una negación a envejecer y a una obsesión por cuidarse. Los productos de cuidado personal están presentes en nuestra vida cotidiana, pero detrás de todo eso hay mucho más, existe un sector empresarial que está dispuesto a crecer e innovar.

La causa y el origen de la industria de la belleza desde hace mucho tiempo ha sido una cualidad muy plasmada en las mujeres desde la antigüedad, el mundo del maquillaje constantemente está innovando en productos, moda, y belleza. Por lo tanto, las empresas de cosméticos compiten frente a una serie de retos diarios convirtiendo el maquillaje en algo necesario y rutinario para la mayoría de las mujeres, y es por eso que actualmente muchos empresarios le están apostando a la industria de la belleza. Gracias a la apertura de la industria del maquillaje a nivel mundial, las empresas colombianas han querido participar en la búsqueda de ocupar uno de los primeros lugares en el mercado. Según Proexport Colombia (2008) Colombia refleja potencialidad para desarrollar el sector de cosméticos y convertirse en un jugador de talla mundial.

Las marcas prestigiosas a nivel mundial han desarrollado colecciones especiales adaptadas a las temporadas, es decir, los productos que se diseñan los elaboran con una cantidad limitada, de tal forma que el producto sea más deseado por el consumidor. Los resultados de estos esfuerzos por parte de las marcas de maquillaje se ven reflejados en la facturación de los productos, donde se estima que se facturó a nivel mundial según la revista ISSÉIMI (2017) en el año 2017 alrededor de los 300.000 millones de dólares y que para el 2020 los

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

ingresos de la industria cosmética serán de 344.000 millones de dólares al año. Esta investigación también revela que L'Oreal Paris es la marca de cosméticos más valiosa con una cuota del 10,2% del mercado mundial, seguida por Gillette y Nivea. Adicional las zonas donde la industria cosmética está más asentada son en las regiones tales como Asia y Pacífico con el 36% del volumen del negocio, Norteamérica con el 24% y el oeste de Europa del 20% del mercado, según ISSÉIMI (2017).

Según la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (2019) el mercado de belleza y cuidado personal en Colombia alcanzó los US 3,442 millones en 2018. En el año 2018 la producción de cosméticos cerró con un descenso, donde los niveles de confianza del consumidor han mejorado generando mayor demanda. Dentro del mercado de belleza, Colombia ocupa el cuarto lugar en Latinoamérica, y las expectativas del año 2020 es de US 4.000 millones de dólares en belleza, especifica en el informe INEXMODA (2019).

Colombia no ha alcanzado los niveles de inversión extranjera deseados por eso mismo se busca atraer la inversión para así poder desarrollar el sector cosmético, y Colombia se encuentra con la posibilidad de generar crecimiento. Desde el punto de vista regional, Mosquera se identificó en el sector de Cosméticos y Aseo como un sector potencial para crecer y poder desarrollarse a talla nacional.

Con base la información obtenida se originó la idea de la gran necesidad que presentan las pequeñas y medianas empresas e inversionistas para desarrollar una industria innovadora en el sector, satisfacer las necesidades de la imagen y el cuidado personal de los consumidores finales. Además de esto, las empresas colombianas se manifiestan de una forma positiva en la economía de los países, en búsqueda de una mejor apariencia. El planteamiento del proyecto tiene como idea de negocio la creación de una marca propia de cosméticos y la comercialización de los productos de belleza facial. La dimensión de este sector empresarial

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

está consciente sobre la gran cantidad de empleos directos e indirectos que se generarían tanto en droguerías, salones de belleza o peluquerías que aportan valor a este sector, la ubicación de la marca será en la ciudad de Mosquera la cuál se quiere apostar la posibilidad de entrar en el mercado y analizando la capacidad del poder adquisitivo para obtener productos que garanticen tanto la calidad como la exclusividad de la marca, ofreciendo una amplia gama de cosméticos. La misión y visión de la creación de empresa de cosméticos, es contribuir una adecuada asesoría con cada uno de los productos que las personas deseen obtener, que estén destinados a cada una de las necesidades de la piel, por lo tanto, la factibilidad del proyecto no se encuentra enfocado en vender maquillaje, si no en tener un trato directo y especial con cada uno de los clientes.

## FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la viabilidad de una nueva marca de maquillaje en el municipio de Mosquera Cundinamarca?

## 5 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Analizar la viabilidad de mercado para la creación de una marca distribuidora de cosméticos en la ciudad de Mosquera

### 5.1 Objetivos específicos

1. Elaborar un estudio exploratorio de mercado en relación con la competencia que identifique las necesidades del producto.
2. Realizar una segmentación de mercado para el producto a desarrollar.
3. Identificar el canal de distribución y comercialización.
4. Plantear la propuesta de valor del producto a partir de las necesidades encontradas.

## **6 MARCO DE REFERENCIA**

### **6.1 Marco teórico.**

Cuando nos referimos a la palabra emprender, desde el punto de vista de la línea de los negocios y empresa, el cual se define a la persona responsable o especialista en asumir las decisiones para el uso de los bienes, recursos, captar las oportunidades de negocios y saber aprovecharlas. Según Rodríguez (2018) identifica a una persona emprendedora como aquella que tiene la habilidad de revelar las oportunidades para elaborar y saber desarrollar un nuevo concepto de negocio. Definir los procesos que son clave fundamental de un negocio para llevarse a cabo, y por último asegurar un modelo de negocio que satisfaga a todos sus públicos tanto internos como externos. Rodríguez (2018) propone un modelo de negocio que se enfoque en diseñar un producto para una necesidad que sea conocida, por medio de un modelo innovador, incluso basarse en teorías para mejorar de alguna manera el diseño, cómo llevarlo a cabo, o cómo vender y distribuir mejor un producto o servicio que ya exista. La propuesta de un emprendedor debe de tener detalles financieros y operacionales, estrategias de marketing, y tener habilidades de cada uno de sus administradores. Los modelos de negocio son formas de guiarse de forma correcta para construir un modelo de negocio exitoso, cuáles son las metas y objetivos que cumplir, asegurar el lanzamiento de un negocio infructuoso. El tipo de la empresa tendrá un objetivo principal, dónde cada empresa debe clasificarse según la Secretaría de Economía:

### **6.2 Tipos de Empresas**

- **TIPOS DE EMPRESA INDUSTRIAL** Empresa dedicada a la producción tanto de manufactura o transformación.
- **COMERCIAL** Empresa dedicada a la compraventa de un producto en especial.

- INSTITUCIONAL Empresas dedicadas a la educación.
- SERVICIO Empresas que ofrecen al consumidor un producto intangible

## **7 ESTUDIO TÉCNICO**

### **7.1 Tamaño del proyecto**

Nuestro proyecto cuenta con una baja capacidad inicial ya que actualmente las materias primas e insumos han tenido un incremento lo cual nos ha afectado de una forma directa respecto alzas en el costo de cada producto.

### **7.2 Localización**

Somos una empresa comercializadora por tal la ubicación de las instalaciones no se encuentran restringidas en ninguna de las zonas de la sabana. Teniendo en cuenta esto y al analizar los estratos 2,3 y 4 de Madrid, Funza y Mosquera de determino que nuestros principales clientes se encuentran en el municipio de Mosquera.

### **7.3 tecnología**

En nuestro proyecto el uso de la tecnología es uno de los principales factores donde esta principalmente involucrada la red social Instagram ya que desde allí promocionamos cada uno de nuestros productos.

### **7.4 Proceso productivo**

-Recepción

-Transformación

-Empaque (Pegarle a cada producto nuestra marca)

-Despacho

## 7.5 Infraestructura

Invención inicial

**TABLA 1: CONCEPTOS**

Concepto	Valor
Infraestructura e instalaciones del punto	\$ 400,000
Suministros y Equipo de Oficina	\$ 6,000,000
Constitución Legal	\$ 2,099,452
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8,299,452</b>

Fuente: Elaboración propia

Costos

Para la obtención del costo unitario unificamos los costos de los proveedores con los que cuenta el emprendimiento en los cuales vamos a identificar el incremento que ha tenido cada uno de los productos.

**TABLA 2: PRODUCTOS**

Productos	Año	
	2022	2023
Paletas de Sombra	\$ 20,000	\$ 22,000
Labiales	\$ 3,000	\$ 3,500
Pestañita	\$ 6,000	\$ 7,000
Kit de Cejas	\$ 10,000	\$ 12,000
Delineadores	\$ 3,000	\$ 4,000
Polvos	\$ 4,000	\$ 5,000

Fuente: Elaboración propia

**7.6 PLANEACION ESTRATEGICA.**

**TABLA 3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA MYK**

POLITICO	ECONOMICO	SOCIAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima político</li> <li>• Conflictos</li> <li>• Iniciativas</li> <li>• Ayudas</li> <li>• Marco legal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencias</li> <li>• Políticas de innovación</li> <li>• Tipos de cambio</li> <li>• Calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo de vida</li> <li>• Patrones culturales</li> </ul>
TECNOLOGICO	ECOLOGICO	LEGAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIC</li> <li>• Infraestructuras</li> <li>• Inteligencia artificial</li> <li>• Diseño</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto ambiental</li> <li>• Medioambiente</li> <li>• Consumo</li> <li>• Políticas</li> <li>• Procesos</li> <li>• Tipos de consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislación</li> <li>• Reglamentación nacional</li> <li>• Derechos locales</li> <li>• precios</li> </ul>

**8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

**8.1 Organigrama**

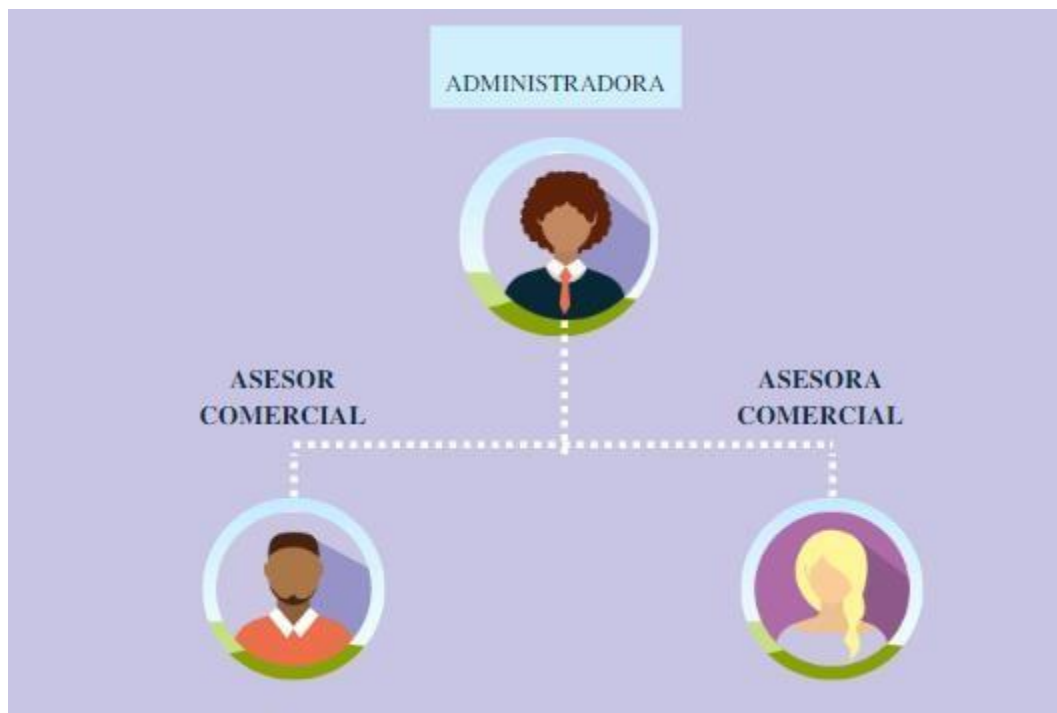
-Trabajador 1: encargada de la parte administrativa y financiera

-Trabajador 2: encargada de la distribución de los productos y asesoría personalizada al cliente final.

-Trabajador 3: encargado de la parte de ventas de nuestro negocio.



**ILUSTRACIÓN 1: ORGANIGRAMA**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 4 MANUAL DE FUNCIONES (ADMINISTRADOR)**

MANUAL DE FUNCIONES
<b>Cargo:</b> administradora <b>Jefe Inmediato:</b> Junta de socios <b>Nº de cargos 1</b>
Funciones
Controlar y coordinar todas las actividades realizadas dentro de MyK Coordinar y llevar acabo negociaciones Presentar legalmente la empresa Supervisar programas de mercadeo y ventas Formular estrategias y recomendaciones Control de registro contable Respetar, cumplir y haver cumplir politicas y leyes de la CIA
Requisitos minimos
<b>Estudios:</b> Titulo de formacion en educacion superior en economia o administracion de empresas o financiera <b>Experiencia:</b> 1 año de experiencia relacionada

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 5. MANUAL DE FUNCIONES (ASESOR COMERCIAL)**

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Cargo:</b> Asesor comercial <b>Jefe Inmediato:</b> Junta de socios <b>N° de cargos</b> 2
<b>Funciones</b>
Reporte mensual y anual de compras y ventas Comunicación con proveedores de productos de maquillaje Negociación con compradores Control de pedidos Control de inventarios Plantear estrategias promocionales Estudio de mercado competitivo
<b>Requisitos mínimos</b>
<b>Estudios:</b> Título de formación en educación superior en economía o administración de empresas o financiera <b>Experiencia:</b> 1 año de experiencia relacionada

Fuente: Elaboración propia

## 8.2 Legales

En los estatutos debemos incluir y exponer las normas para el manejo en general de la empresa. La mayoría de las veces este documento deberá requerir la intervención de un abogado, quien elaborará los borradores de forma clara y completa y serán los datos que van a quedar registrados en la escritura del acta de constitución (siguiente paso) que debe ser formalizada en una notaría pública, para posteriormente llevarla a la Cámara de Comercio de la localidad y efectuar el registro. (Pymas, 2919)

1. Realice un acta de constitución
2. Obtenga el Número de Identificación Tributaria (NIT)
3. Registre los libros contables
4. Complete los papeles del domicilio de su empresa
5. Abra una cuenta bancaria

## **9 DISEÑO METODOLOGICO**

### **9.1 Tipo y técnica de investigación**

Tipo de Investigación. Descriptiva porque por medio de este tipo de investigación logramos describir las características necesarias para poder competir en el mercado del maquillaje facial, obteniendo apreciaciones acerca del comportamiento que se trata de prever en el cliente determinando el grado de asociación entre dichas variables.

técnica de investigación: muestreo.

### **9.2 Tipo de muestreo**

Grupo para investigar:

- Ciudad: Funza, Mosquera y Madrid
- estratificación: 2,3,4
- Sexo: Femenino
- Edades: 18-50 años

### **9.3 Diseño de la investigación**

#### **ILUSTRACIÓN 2. FORMATO DE LA ENCUESTA**

FORMATO ENCUESTA ANALISIS DE COMPETENCIA Y DEL MERCADO					
ENCUESTADO:				FORULARIO N°	
ENCUESTADOR:					
Objetivo: Conocer a detalle por medio de esta investigacion de mercados las caractristicas de las marcas de maquillaje que se toman como referencia en los usuarios de Funza, Madrid, Mosquera.					
<b>1. ¿ USTED UTILIZA MAQUILLAJE?</b>					
SI					
NO					
<b>2. ¿ UTILIZA ALGUNO DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS?</b>					
SOMBRAS					
PESTAÑINA					
LABIAL					
<b>3. EN QUE RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA USTED?</b>					
18-25					
26-38					
39-50					
<b>4. ¿ EN QUE SECTOR VIVE?</b>					
Funza					
Madrid					
Mosquera					

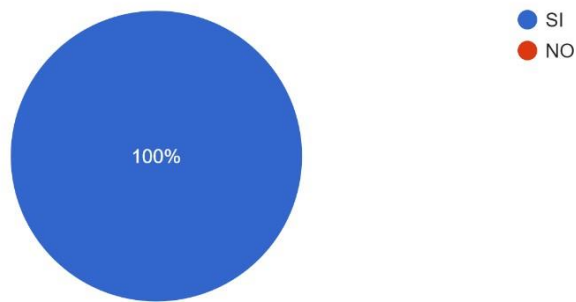


## RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

### ILUSTRACIÓN 3

1. ¿USTED UTILIZA MAQUILLAJE?

47 respuestas



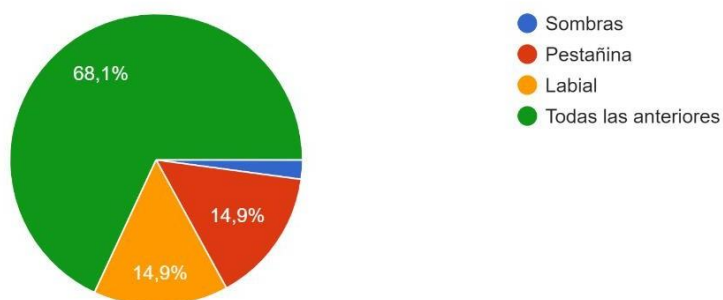
Fuente: Elaboración propia

De las 47 personas entrevistadas el 100% hace uso de maquillaje facial.

### ILUSTRACIÓN 4

2. ¿UTILIZA ALGUNOS DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS

47 respuestas



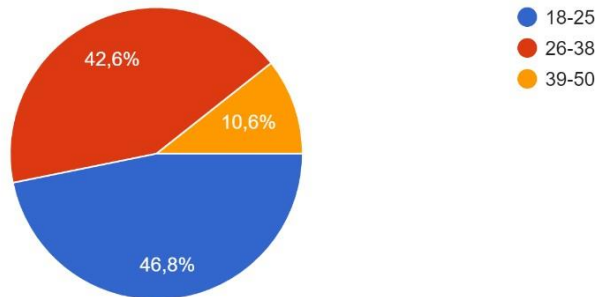
Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que la mayoría de las mujeres con un 68% utilizan de forma permanente todos los productos mencionados anterior mente.

## ILUSTRACIÓN 5

3.¿EN QUE RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA?

47 respuestas



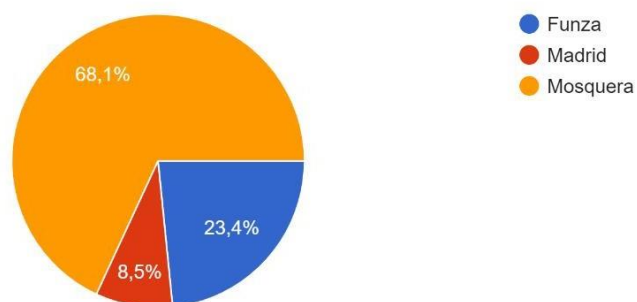
Fuente: Elaboración propia

Según el registro de las personas entrevistadas tenemos una población potencial con el 46,8% de mujeres en el rango de edad de 18-25 años, sin embargo, no podemos descartar las mujeres en el rango de edad de 26-38 con el 42,6%

## Ilustración 6

4.¿EN QUE SECTOR VIVE?

47 respuestas



Fuente: Elaboración propia

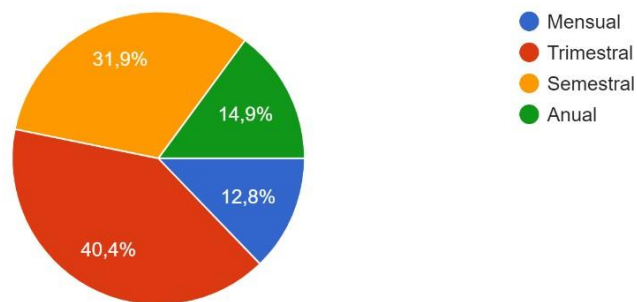
Según el registro el mercado potencial se encuentra en el municipio de Mosquera con el 68%.

## ILUSTRACIÓN 7

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

### 5. ¿ CON QUE FRECUENCIA COMPRA MAQUILLAJE?

47 respuestas



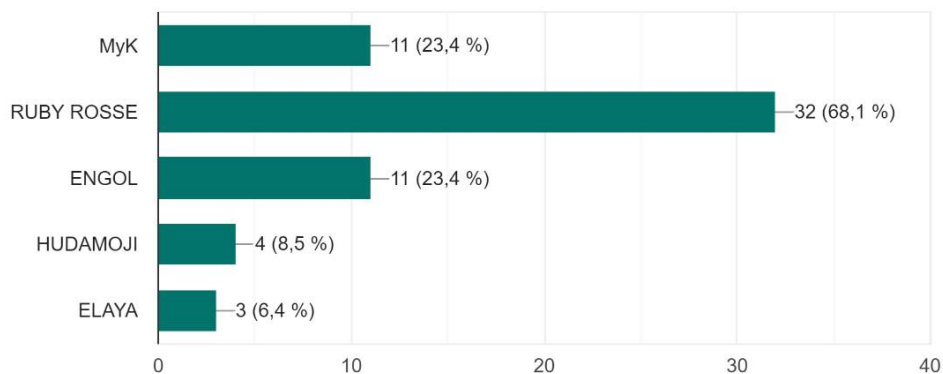
Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que la mayoría de las mujeres encuestadas con el 40,4% hacen sus compras de manera trimestral

### ILUSTRACIÓN 8

### 6. DE LAS SIGUIENTES MARCAS DE MAQUILLAJE FACIAL CUALES SON DE SU PREFERENCIA:

47 respuestas



Fuente: Elaboración propia

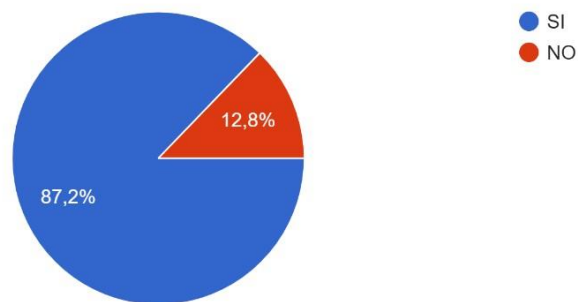
Podemos observar con el 68% que la marca de preferencia en el mercado es RUBY ROSSE.

### ILUSTRACIÓN 9



## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

7. ¿ LE GUSTARIA RECIBIR ASESORIA PERSONALIZADA AL MOMENTO DE REALIZAR LA COMPRA?  
47 respuestas

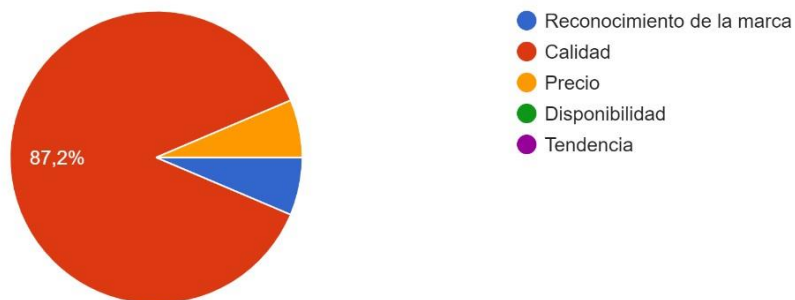


Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar el 87,2% de las mujeres entrevistadas prefieren recibir asesoría personalizada a la hora de hacer sus compras.

### ILUSTRACIÓN 10

8. ¿ PARA USTED QUE ES LO MAS IMPORTANTE EN LA DECISIÓN DE LA COMPRA?  
47 respuestas



Fuente: Elaboración propia

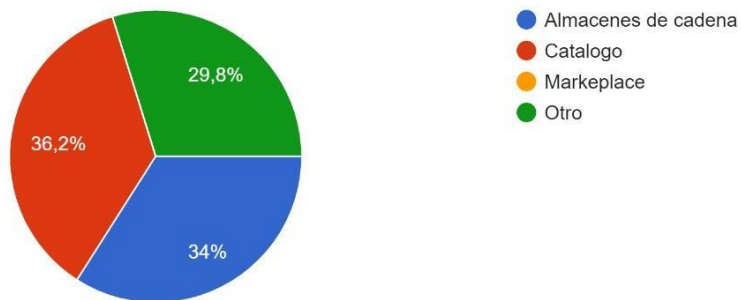
Las mujeres entrevistadas siendo el 87,2% hacen su compra prefiriendo la calidad del producto.

### ILUSTRACIÓN 11

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

### 9. ¿DÓNDE COMPRA SUS PRODUCTOS DE MAQUILLAJE?

47 respuestas



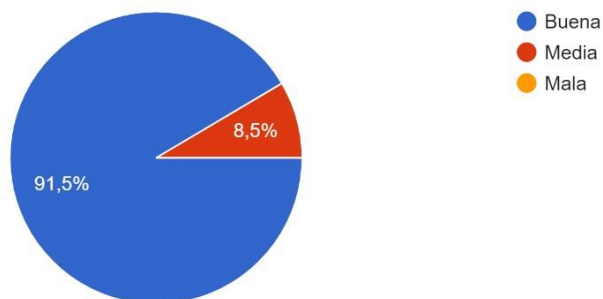
Fuente: Elaboración propia

El 36,2% de mujeres hacen su compra por catálogo sobre pedido

## ILUSTRACIÓN 12

### 10. ¿CÓMO CALIFICA LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS DE LAS MARCAS NOMBRADAS ANTERIORMENTE?

47 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Según el 91,5% de población encuestada nuestros productos tienen un potencial en el mercado.

El tiempo aproximado de cada uno de los maquillajes para considerar a partir de hoy:

- Correctores y bases: de 12 meses a 18 meses.
- Polvos sueltos y compactos: 2 años aproximadamente.

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

- Delineador de ojos y labios: 3 años aproximadamente.
- Sombras de ojos: 3 años aproximadamente.
- Labiales: de 2 a 4 años.
- Mascaras para pestañas: de 3 a 4 meses. Según diario 24 horas (2018)

## 10 REQUISITOS LEGALES

### 10.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

- En el puesto de información de cualquiera de las Sedes de la Cámara de Comercio, se solicita un volante para la consulta de nombres.
- Diligenciar el formulario con los nombres que desea consultar y la actividad a la que se va a dedicar.
- Cancelar el valor de la consulta.
- Presentar el formulario diligenciado en las ventanillas de Cámara de Comercio y el empleado le indicará cuando reclamarlo, con el fin de saber si puede usar dicho nombre o no debido a que ya existe o hay alguno similar.

Una vez aprobado el nombre pase a hacer lo siguiente:

### 10.2 ELABORAR LA MINUTA CON EL SIGUIENTE CONTENIDO BÁSICO:

- Los datos de los socios constituyentes: nombres completos, cédulas, nacionalidad, estado civil y domicilio.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- El domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan.
- El negocio de la sociedad (objeto social), enunciando en forma clara y completa las actividades principales.

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

- El capital social pagado por cada socio. Si es una sociedad por acciones se deberá expresar el capital suscrito y pagado, la forma como se cancelarán las cuotas y el valor nominal de las acciones representativas del capital.
- Se debe expresar como se administrará la sociedad, las facultades de los administradores, las asambleas y juntas de los socios, según lo establecido legalmente para cada tipo de sociedad (para mayor información vea el código de comercio).
- Los días y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios ya sea de manera ordinaria o extraordinaria, y la forma como se decidirá en un determinado asunto.
- Las fechas en que se deben hacer los balances generales y como se distribuirán las utilidades, así como también la reserva legal.
- La duración de la empresa y sus causales para disolverla, y la forma de liquidarla.
- Establecer el representante legal de la sociedad con su domicilio, sus facultades y obligaciones.

### Nota:

Los artículos de los estatutos, deben ser normas de carácter permanente y general, deben constituir reglas estables que No requieran de ajustes. En cuanto al diseño de los estatutos puede redactarse todos los artículos que le convengan a la organización, pero teniendo presente no establecer artículos para los estatutos que se conviertan en un limitante para el desarrollo de la empresa en lo relativo a operaciones comerciales o administrativas

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

### **10.3 IR A LA NOTARÍA:**

Realizar el pago del impuesto de registro sobre la escritura de constitución en la oficina de Rentas Departamentales.

**REALIZAR EL PAGO DEL IMPUESTO DE REGISTRO SOBRE LA ESCRITURA:**

Adquirir en la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil “Sociedades Comerciales”, posteriormente debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

**ADQUIRIR EL FORMULARIO DE MATRÍCULA MERCANTIL:**

- El formulario de matrícula mercantil diligenciando, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal. En el caso de ser empresa unipersonal, el documento privado sino se constituyó por escritura pública.
- Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.
- Carta de cada una de las personas nombradas, como: representantes legales, junta directiva y revisor fiscal cuando sea el caso.
- Documento de identificación del representante legal.
- Permiso de funcionamiento de la sociedad, en caso de hallarse sujeta a vigilancia estatal.
- En caso de aporte de inmuebles al capital social, acreditar el pago del impuesto de anotación y registro (boleta de rentas).
- Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de los derechos de matrícula.
- Cancelar los derechos de matrícula. Al momento del pago le entregarán un

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

recibo con el cual podrá reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación. Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.

- Luego de haber realizado la inscripción, usted podrá solicitar a la Cámara de Comercio, el certificado de existencia y representación, es un documento que le permite al comerciante o sociedad realizar algunos trámites (inscripción ante la administración de impuestos, industria y comercio, etc.) o simplemente acreditar su matrícula en el registro mercantil.

Están compuestos por los libros de contabilidad, libros de actas, libros de registro de aportes, comprobantes de las cuentas, los soportes de contabilidad y la correspondencia relacionada con sus operaciones.

### REGISTRO DE LIBROS DE COMERCIO:

Una vez matriculada la sociedad o empresa, el propietario de esta o el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo. Los libros son los siguientes:

- Libro auxiliar: se lleva para registrar detalladamente en orden cronológico las cuentas principales, totalizando débitos, créditos y saldo que pasa al final de cada período al libro diario y al libro mayor, este libro no requiere ser registrado en la Cámara de Comercio.
- Libro caja – diario: en este libro se pasan las operaciones contables en orden cronológico, en forma individual o por resúmenes que no excedan de un mes.
- Libro mayor: en este libro se pasan las operaciones por cuentas utilizando el sistema de partida doble; permitiendo establecer el resumen mensual de todas las operaciones para cada cuenta.

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

- Libro inventario y balance: se debe hacer un inventario y un balance general al iniciar sus actividades y por lo menos una vez cada año para conocer en forma clara y completa la situación del patrimonio.
- Libro de accionistas: en él se escriben las acciones, anotando el título, el número y la fecha de inscripción, al igual que los cambios de propietario.
- Libro de actas: los libros de actas pueden ser de dos clases: libros de actas de asamblea de socios y libro de acta de junta directiva. El primero lo deben llevar todas las sociedades, el segundo solo en las que posean junta directiva.

En los libros de actas, deben anotarse en orden cronológico las actas de las reuniones, las cuales deberán ser firmadas por el secretario y presidente de la reunión.

La primera hoja de cada libro debe presentarse rotulados (marcados) a lápiz en la parte superior con el nombre de la sociedad y la destinación que se dará a cada libro, así como numerarse consecutivamente y no tener ningún registro contable.

Los pasos a seguir en la Cámara de Comercio:

- Llevar el formato, la carta y los libros en cualquier taquilla de la Cámara de Comercio.
- Pagar los derechos de inscripción de los libros. Al momento de cancelar le entregarán el recibo de pago con el cual podrá reclamar los libros registrados, en la fecha que allí se indica.

Cuando le entreguen los libros, verifique que la primera página de cada libro registrado este sellado por la Cámara de Comercio y rubricadas todas las demás.

Ir a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para que obtenga el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

identificación, el cual es expedido en una tarjeta, se debe realizar el trámite correspondiente en la DIAN, que se encuentre en el municipio donde se está domiciliado.

Pasos para seguir:

#### **10.4 IR A LA DIAN:**

- Con el certificado de existencia y representación que solicite en la Cámara de Comercio, diríjase a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros: asignación de NIT inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
- Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:
  - Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias
  - Copia de la escritura pública de constitución.
  - Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio,
  - con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.
  - Fotocopia de la cédula del representante legal.
  - El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT.
  - Los responsables del régimen simplificado no tienen obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.
  - Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, usted puede solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su negocio.



### **10.5 AFILIACIÓN A LA ASEGURADORA DE RIESGOS PROFESIONALES (ARP):**

Una vez elegida la ARP, el empleador debe llenar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, la cual es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor se debe pagar cada mes.

Adicionalmente debe vincular a cada trabajador, llenando la solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.

Usted deberá inscribir a alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos sus trabajadores, los empleados podrán elegir libremente a que entidad desean vincularse (Cooimeva, Su salud, Cafesalud, Cruz Blanca, entre otras). Una vez elegida el empleador deberá adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como para el trabajador, mediante la diligencia de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS elegida.

### **10.6 RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL:**

- El formulario de afiliación del trabajador deberá diligenciarse en original y dos copias, el original es para la EPS, una copia para el empleador y la otra para el trabajador.
- El porcentaje total de aportes a salud es de un 12% del salario devengado por el trabajador.
- El valor resultante se divide en tres partes iguales, de las cuales el trabajador debe pagar una y el empleador las dos restantes.
- El empleador debe afiliar a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual el trabajador podrá elegir.

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

- Una vez elegido se llena la solicitud de vinculación, la cual se la suministra el fondo.

Ya vinculado se debe pagar mensualmente el 13.5% del salario devengado por el trabajador, dicho valor se divide en cuatro y de estas el empleador paga tres y una el trabajador.

### **10.7 FONDO DE PENSIONES Y CESANTÍAS:**

Son pagos a que está obligado todo empleador a cancelar sobre el valor de la nómina mensual a través de las cajas de compensación familiar para: Subsidio familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA.

### **APORTES PARAFISCALES**

Para realizar la respectiva inscripción, se debe adquirir un formulario en la Caja donde desea afiliarse (Comfama o Comfenalco), donde le entregarán adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA. Los pasos para la afiliación de la empresa son:

- Presentar solicitud escrita, suministrada por la Caja de Compensación Familiar, donde conste: domicilio, NIT, información sobre si estaba afiliado o no a alguna caja de compensación familiar.

- A la solicitud se le debe anexar lo siguiente:
- Fotocopia de la cédula si es persona natural.
- Certificado de existencia y representación legal vigente si es persona jurídica.
- Relación de trabajadores indicando para cada uno: número de cédula, nombre completo y salario actual.
- Formulario diligenciado de afiliación a la empresa.
- Formulario de afiliación del trabajador y de las personas a cargo.
- Para afiliar al trabajador debe:
- Presentar el formulario de inscripción del trabajador debidamente diligenciado

## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

- Adjuntar los documentos necesarios para inscribir las personas que tengan a cargos trabajadores.
- Una vez esté en la Caja de Compensación Familiar elegida, debe pagar durante los primeros diez días del mes, el valor correspondiente al 9% del total devengado en la nómina mensual, los cuales deberán ser asumidos por el empleador.

La distribución del 9% es la siguiente:

- 2% para el SENA.
- 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.
- 4% para la Caja de Compensación Familiar. Según Montenegro (2015)

## 11. MARCO AMBIENTAL

### Requisitos y trámites ambientales:

Usualmente con base en los siguientes componentes: La definición de la política y los compromisos ambientales de la empresa, el análisis ambiental de la actividad por desarrollar, la identificación e implementación de las medidas de manejo ambiental, el seguimiento y monitoreo, y la evaluación de los resultados, como se indica de manera esquemática en la Fig. 12, y se explica en los párrafos siguientes.

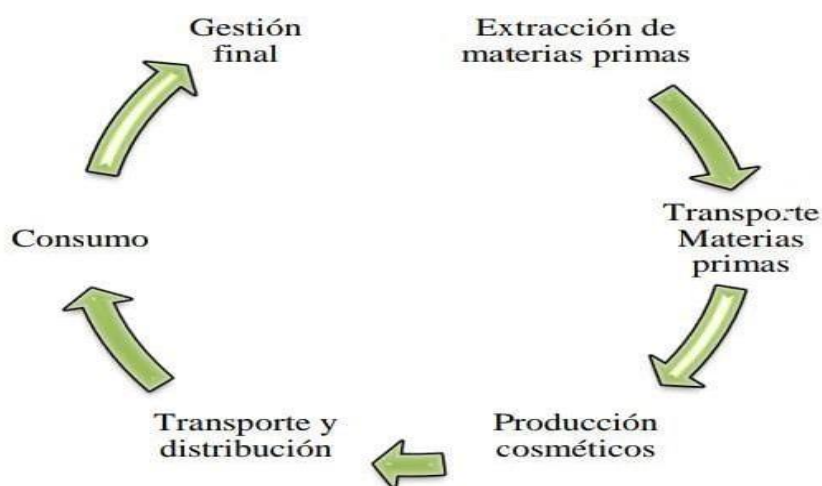
### ILUSTRACIÓN 13



Fuente: Elaboración propia

El sistema de gestión ambiental consta, como se ve, de cinco componentes cuyo eje central es el compromiso de la empresa o entidad responsable del proyecto exploratorio. Sin un compromiso formal y claro de la empresa con respecto a su responsabilidad ambiental no podrá tener éxito ningún tipo de gestión que se pretenda adelantar para mejorar las condiciones ambientales en las cuales se desarrolla la actividad. Ortega y Rodríguez (1.994)

#### ILUSTRACIÓN 14



Fuente: elaboración propia

### 11 ESTUDIO DE MERCADO

Desde un enfoque de clase mundial, la industria de los cosméticos es uno de los sectores más prósperos de la economía, pertenecientes al sector cosméticos y aseo de la economía caracterizada por los altos consumos internos y la gran capacidad productiva que tienen en los diferentes países. Aranda (2018) explica que la industria cosmética ha traspasado barreras para convertirse en una identidad, comprometida a generar un alto nivel de autoestima relacionado al perfil del maquillador profesional, como también para las empresas dueñas de

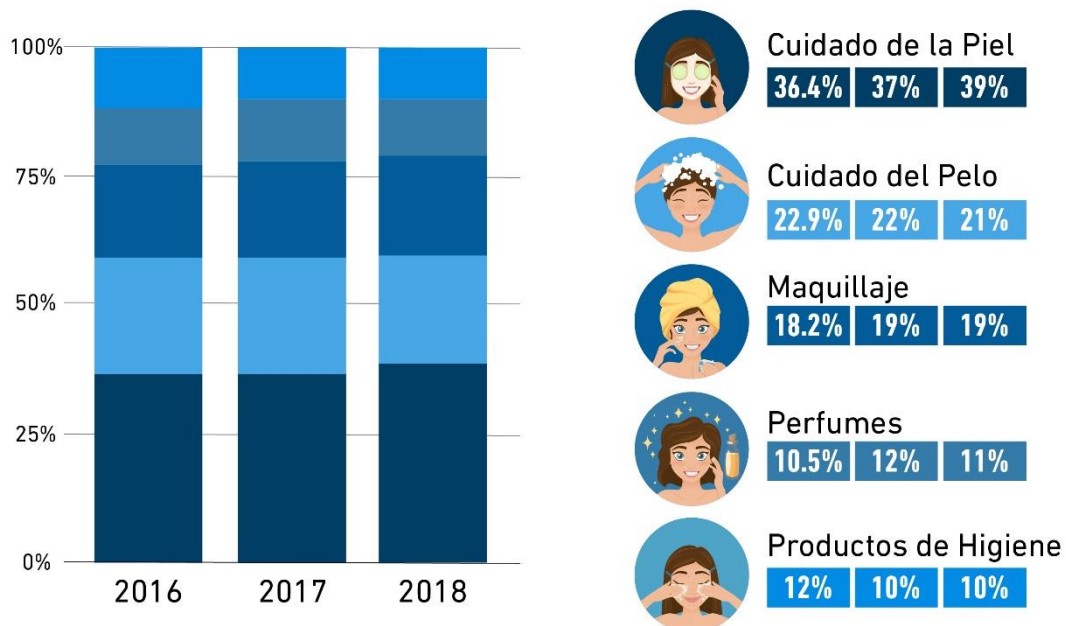
## ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

líneas cosméticas que satisfagan la clientela obsesionada con la imagen. Las nuevas tendencias están emergiendo el mercado obligando a los países fuertes en este sector a actualizar los nuevos estándares de belleza y bienestar detrás de los consumidores actuales. La industria cosmética está tradicionalmente acostumbrada a ubicarse en un promedio de global del 4% anual, excepto en 2009 donde su equilibrio se ubicó en al 1%- , sin embargo, el sector no ha experimentado una aceleración que tiene el concepto de la belleza-moda, además de la implementación de las redes digitales y el internet. Firmas Estadounidenses como Morgan Stanley exponen que las mayores compañías de cosméticos están registrando una disrupción masiva debido al cambio constante de los consumidores y tradicionalmente las empresas que cada vez se encuentran más cerca de satisfacer las necesidades del consumidor final, comercializandose en las grandes cadenas y grandes almacenes. La era digital es un gran factor que ha implementado más las tendencias a nivel mundial en el sector de cosméticos, originada de la generación denominada Millennial nacidas a partir de los años 80 el cual presentan una alta dependencia de las redes sociales, la innovación y tecnología. Cada vez son más las personas que se unen a esta tendencia en especial a los individuos más jóvenes, que se han encargado de cambiar el concepto de belleza actual, buscando autenticidad y originalidad. Según el análisis de Allied Market se estima que el sector de los cosméticos a nivel mundial podría alcanzar a facturar 430.000 millones de dólares para el 2022 entre los años 2016 y 2022. Para el año 2017 la facturación global aumentó en un 5% superando un record, hace referencia Aranda (2018). Según el autor Aranda (2018) define que paralelamente la necesidad imperiosa de los nuevos consumidores de cuidar el aspecto físico hace destinar parte de su presupuesto a ello, por lo tanto la importancia del papel que desempeña este sector no solo ha sido dirigido al público femenino sino también que se ha extendido a los hombres, es por eso que este sector ofrece altas expectativas de potencializarse. En países tales como España la segmentación del público masculino ya representa el 41% del sector de los cosméticos, superando los índices del año 1990. España es el quinto mercado europeo del sector cosméticos, con consumidores conocedores de cada uno de los productos que utilizan con rutinas de belleza implementadas desde hace mucho

tiempo. Actualmente ya existen muchas marcas que generan gran consumo en establecimientos como centros de ocio, supermercados o tiendas de belleza.

## EL CRECIMIENTO DEL MERCADO MUNDIAL DE COSMÉTICOS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO

\*Los porcentajes indican el volumen de participación de cada tipo de producto.



fuentes: Merca2.0 2020

### BALANCE GENERAL

### ILUSTRACIÓN 15

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

	Año 0	Año 1	Año 2
<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>Activo</b>			
Efectivo	87.777.452	111.891.864	130.821.901
Cuentas X Cobrar	0	11.039.583	13.220.110
Provisión Cuentas por Cobrar		-55.198	-66.101
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	1.510.833	1.860.743
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	4.993.750	6.077.896
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>87.777.452</b>	<b>129.380.833</b>	<b>151.914.550</b>
Terrenos	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	2.000.000	1.800.000	1.600.000
Muebles y Enseres	800.000	720.000	640.000
Equipo de Transporte	0	0	0
Equipo de Oficina	1.000.000	900.000	800.000
Semovientes pie de cría	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>3.800.000</b>	<b>3.420.000</b>	<b>3.040.000</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>91.577.452</b>	<b>132.800.833</b>	<b>154.954.550</b>
<b>Pasivo</b>			
Cuentas X Pagar Proveedores	0	4.962.083	6.046.230
Impuestos X Pagar	0	11.966.228	14.523.354
Acreedores Varios	0	0	0
Obligaciones Financieras	43.897.452	43.897.452	32.923.089
Otros pasivos a LP	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>43.897.452</b>	<b>60.825.763</b>	<b>53.492.672</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital Social	47.680.000	47.680.000	47.680.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	2.429.507
Utilidades Retenidas	0	0	21.865.562
Utilidades del Ejercicio	0	24.295.069	29.486.809
Revalorizacion patrimonio	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>47.680.000</b>	<b>71.975.069</b>	<b>101.461.878</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>91.577.452</b>	<b>132.800.833</b>	<b>154.954.550</b>

Fuente: Elaboración propia

P&G

ILUSTRACIÓN 16

	Año 1	Año 2
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>		
Ventas	132.475.000	158.641.325
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	59.545.000	72.554.755
Depreciación	380.000	380.000
Agotamiento	0	0
Otros Costos	22.800.000	27.852.000
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>49.750.000</b>	<b>57.854.570</b>
Gasto de Ventas	1.000.000	1.100.000
Gastos de Administracion	3.000.000	3.300.000
Provisiones	55.198	10.903
Amortización Gastos	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>45.694.802</b>	<b>53.443.667</b>
<b>Otros ingresos</b>		
Intereses	9.433.505	9.433.505
Otros ingresos y egresos	-9.433.505	-9.433.505
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>36.261.297</b>	<b>44.010.163</b>
Impuestos (35%)	11.966.228	14.523.354
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>24.295.069</b>	<b>29.486.809</b>

Fuente: Elaboración propia

FLUJO DE CAJA

ILUSTRACIÓN 17

	Año 0	Año 1	Año 2
<b>FLUJO DE CAJA</b>			

45.694.802	53.443.667
------------	------------

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

<b>Flujo de Caja Operativo</b>			
Utilidad Operacional			
Depreciaciones			
Amortización Gastos			
Agotamiento			
Provisiones			
Impuestos			
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>			
<b>Flujo de Caja Inversión</b>			
Variación Cuentas por Cobrar		-11.039.583	-2.180.527
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		-1.510.833	-349.910
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		-4.993.750	-1.084.146
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0
Otros Activos		0	0
Variación Cuentas por Pagar		4.962.083	1.084.146
Variación Acreedores Varios		0	0
Variación Otros Pasivos		0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-12.582.083	-2.530.437
Inversión en Terrenos	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-2.000.000	0	0
Inversión en Muebles	-800.000	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-1.000.000	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-3.800.000	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-3.800.000</b>	<b>-12.582.083</b>	<b>-2.530.437</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>			
Desembolsos Fondo Emprender	0		
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	43.897.452	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	-10.974.363
Intereses Pagados		-9.433.505	-9.433.505
Dividendos Pagados		0	0
Capital	47.680.000	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>91.577.452</b>	<b>-9.433.505</b>	<b>-20.407.868</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>87.777.452</b>	<b>24.114.412</b>	<b>18.930.037</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>87.777.452</b>	<b>111.891.864</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>87.777.452</b>	<b>111.891.864</b>	<b>130.821.901</b>

Fuente: Elaboración propia



## CRITERIOS TOMA DE DECISIONES

### ILUSTRACIÓN 18

<b>Criterios de Decisión</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	36,26%
VAN (Valor actual neto)	56.712.899
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,99
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)	47,93%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	12 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	36 mes

Fuente: Elaboración propia

## 12 REFERENCIAS

Work shop experiencia, (2017). La historia del maquillaje durante la primera mitad del siglo XX, disponible en: <https://www.workshopexperience.com/historia-maquillaje-siglo-xx/>

Pymas, 5 requisitos jurídicos para crear empresa en Colombia, disponible en:

<https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/ayuda-legal/requisitos-juridicos-para-crear-empresa>

Ramos, j. (2012), Plan de marketing para una empresa de productos cosméticos. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/plan-de-marketing-empresa-productos-cosmeticos>

Confecamaras, (2022), disponible en: <http://www.confecamaras.org.co>

Montenegro, A. (2015), estudio del marco legal del sector cosméticos y subsistema de calidad comparación internacional disponible en:

<https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=482d01af-72fe-4287-bf51-17edac0bbbc5>

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

Diario 24 horas, (2018), disponible en:<https://www.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2018/Marzo-2018/Los-cosmeticos-con-fecha-de-caducidad#:~:text=El%20tiempo%20aproximado%20de%20cada,y%20labios%3A%203%20a%C3%B1os%20aproximadamente.>

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK

ENCABEZADO: COSMÉTICOS MYK