

Universidad del Rosario



Industria Cosmética en Colombia

Trabajo de Grado

Mariana Linares Gómez

Paola Andrea Mususú García

Valentina Puerto Muñoz

Bogotá D.C, Colombia

2024

Universidad del Rosario



Industria Cosmética en Colombia

Trabajo de Grado

Mariana Linares Gómez

Paola Andrea Mususú García

Valentina Puerto Muñoz

Viviana Carolina Romero Peralta

Marketing y Negocios Digitales

Bogotá D.C, Colombia

2024

Declaración de Originalidad y Autonomía

Declaramos bajo la gravedad del juramento, que hemos escrito el documento de título “Industria Cosmética en Colombia”, en la opción de grado de PADE 3 y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Mariana Linares Gómez

Paola Andrea Mususú García

Valentina Puerto Muñoz

Declaración de Exoneración de Responsabilidad

Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Mariana Linares Gómez

Paola Andrea Mususú García

Valentina Puerto Muñoz

Tabla de contenido

Glosario	7
Resumen	9
Palabras Clave:.....	9
Abstract.....	10
Keywords:.....	10
Introducción.....	11
1. Objetivo General	11
2. Objetivos Específicos	11
3. Análisis Detallado del Sector Cosmético	12
4. Perfil Gerente de Ventas.....	16
5. Perfil Supervisor de Ventas	17
6. Perfil Vendedor-Detallista.....	18
7. Análisis del Salario y el P&G.....	19
8. Descripción del Presupuesto Anual y la Estructura de la Compañía	22
9. Presupuesto del Canal Moderno para Atlántico/Barranquilla	24
10. Vendedores Necesarios por Zona.....	24
11. Grupo de Puntos de Venta por Vendedor.....	25
12. Presupuesto Trimestral por Vendedor	25
13. Objetivos de venta por vendedor	26
14. Conclusiones.....	27
Bibliografía.....	29

Tabla de figuras

Figura 1. Salarios y P&G.....	20
Figura 2. Gerente de canal moderno.....	21
Figura 3. P&Gs.....	22
Figura 4. Presupuesto de ventas total.....	23
Figura 5. Presupuesto anual para región Atlántico.....	25
Figura 6. Presupuesto por Q1 y Q2 en la Costa.....	26
Figura 7. Presupuesto por Q3 y Q4 en la Costa.....	26

Glosario

1. **Comisión:** Porcentaje que percibe un agente sobre el producto de una venta o negocio (RAE, 2023a).
2. **Cosméticos:** Dicho de un producto: Que se utiliza para la higiene o belleza del cuerpo, especialmente del rostro (RAE, 2023b).
3. **Exportación:** Las exportaciones son bienes y servicios que se producen en un país y se venden a compradores de otro. Estas, junto con las importaciones, conforman el comercio internacional (Adex, 2023, párr. 2).
4. **Facturación:** Las facturas son aquellos documentos que reflejan el valor y los datos de una transacción comercial. El conjunto de facturas que engloba todas las ventas de bienes o servicios de una empresa es su facturación (Dobaño, 2024, párr. 4).
5. **Gerente:** Es la persona que controla, dirige y coordina una determinada organización o, por otro lado, una parte de la misma (Morales, 2020, párr. 1).
6. **Nómina:** Una nómina es el registro financiero que una empresa realiza sobre los salarios de sus empleados, bonificaciones y deducciones (SumUp Facturas, 2024, párr. 1).
7. **Planificación:** Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc. (RAE, 2023c).
8. **Presupuesto:** Cómputo anticipado del coste de una obra o de los gastos y rentas de una corporación. Cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana, de un viaje, etc (RAE, 2023d).

- 9. Regional:** En este caso una empresa regional es una organización de tamaño limitado, que distribuye bienes o servicios a un número de clientes restringido ya que sus ventas están circunscritas a una región o a una provincia (Pacheco, 2022, párr. 2).
- 10. Salario:** El salario, también conocido como paga, sueldo o remuneración, es la cantidad de dinero que recibe regularmente un trabajador o empleado a cambio de un tiempo de trabajo determinado (Concepto, 2024, párr. 2).

Resumen

Comercializadora Romar busca elaborar un presupuesto de ventas orientado al canal moderno en Colombia. Este documento tiene como objetivo general desarrollar el presupuesto, mejorando la eficacia de los perfiles de gerentes de ventas y detallando los números del presupuesto.

Los objetivos específicos incluyen la creación de perfiles para gerentes y supervisores de ventas, el desarrollo del perfil de un vendedor detallista, la presentación de un organigrama regional y la desagregación del presupuesto regional. Con esta información, Comercializadora Romar podrá realizar una planificación estratégica alineada con las dinámicas actuales del mercado, asegurando un enfoque eficiente y efectivo en el desarrollo de su presupuesto de ventas.

Palabras Clave:

Planificación, Presupuesto, Perfiles, Cosméticos, Ventas.

Abstract

Comercializadora Romar seeks to develop a sales budget oriented to the modern channel in Colombia. The general objective of this document is to develop this budget, improving the effectiveness of the sales manager profiles and detailing the budget numbers.

Specific objectives include the creation of profiles for sales managers and supervisors, the development of a retail salesperson profile, the presentation of a regional organization chart and the breakdown of the regional budget. With this information, Comercializadora Romar will be able to conduct strategic planning aligned with current market dynamics, ensuring an efficient and effective approach to the development of its sales budget.

Keywords:

Planning, Budget, Profiles, Cosmetics, Sales.

Introducción

En los últimos años, la industria de la cosmética y el maquillaje en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo, convirtiéndose en un sector vital para la economía nacional. Este desarrollo ha sido impulsado por una creciente demanda de productos de belleza y cuidado personal, así como por un cambio en los hábitos de consumo hacia una mayor atención a la salud y el bienestar. El análisis del sector cosmético en Colombia es fundamental para contextualizar el desarrollo del presupuesto de ventas. Este análisis proporciona una visión integral de las tendencias del mercado, los desafíos y las oportunidades que enfrentan las empresas en este sector.

1. Objetivo General

Desarrollar el presupuesto de ventas para Comercializadora Romar en Colombia, específicamente para el canal moderno, aplicando y potenciando todos los aspectos necesarios para crear perfiles de gerentes de ventas y desglosar los números del presupuesto.

2. Objetivos Específicos

- Definir los perfiles del gerente y del supervisor de ventas.
- Desarrollar el perfil del vendedor, en este caso un vendedor detallista.
- Entregar el organigrama de la regional para la cual elaboraremos el presupuesto.
- Obtener la desagregación del presupuesto dentro de la regional.

3. Análisis Detallado del Sector Cosmético

En Colombia, se puede decir que la industria de los cosméticos y del maquillaje ha crecido significativamente en los últimos años, impulsado en primer lugar por un creciente interés en la belleza y lo relacionado con el cuidado personal desde la recuperación de la pandemia del COVID-19, lo cual representa un impacto significativo en la economía del país por el impacto que genera en el empleo y el consumo interno (Statista, 2024).

De acuerdo con Kantar World International, se estima que un 74% de los hogares en Colombia consumen productos pertenecientes al segmento de la belleza. Tras la pandemia, las tendencias en cuanto a consumo cambiaron, creando un foco a la salud y al autocuidado, lo cual llevó a proyectar para finales del 2023 que el gasto en estos productos continuaría aumentando en un 12.1%, donde los cosméticos más demandados incluirían polvos, pestañinas, labiales y esmaltes de uñas, sin dejar de lado productos tendencia en consumo y producción como los perfumes, cremas y mascarillas (Emis, 2023).

En 2022, la facturación de productos de belleza en Colombia llegó a cerca de 58.7 billones de pesos, con 30.4 billones destinados a cuidado personal y limpieza. Por este motivo, Colombia se posiciona como un mercado líder y fortalecido en consumo de productos destinados al cuidado de la piel; de hecho, es el cuarto país a nivel Latinoamérica con el mayor número de compras en productos de aseo y de belleza, con productos capilares representando un mercado de 1.1 mil millones de dólares anuales (Emis, 2023).

Adicionalmente, en el Valle del Cauca, más del 50% del tejido empresarial está enfocado en clústeres de moda y belleza. Desde el año 2017, el mercado de cuidado personal y belleza ha crecido más del 10% anual, alcanzando un tamaño de mercado de 10.2 billones de pesos (Emis, 2023).

El sector cosmético incluye maquillaje, artículos de aseo personal, color y tratamiento capilar. En promedio, las mujeres en Colombia gastan 1.2 millones de pesos al año en productos de maquillaje y belleza y los principales países a los que se exporta son Perú, Ecuador, México, Chile y Estados Unidos, mientras que los principales orígenes de importaciones son México, Estados Unidos, Brasil, España y Francia (Emis, 2023).

Otro aspecto a resaltar es que el mercado colombiano de cosméticos está caracterizado una nueva tendencia a enfocarse en productos orgánicos y naturales, en suplir la demanda de productos cruelty-free y veganos, y en usar la influencia de las redes sociales en las decisiones de compra (Faster Capital, 2024).

La competencia en el mercado colombiano de cosmética y maquillaje es intensa, con marcas nacionales e internacionales luchando por la preferencia del consumidor. Entre los principales competidores se encuentran Unilever, Bel Star y Procter & Gamble (Emis, 2024).

El crecimiento de la industria cosmética en Colombia también enfrenta desafíos como la competencia desleal y la regulación gubernamental en materia de seguridad y etiquetado de productos (Esentia, 2024).

El mercado de productos cosméticos en Colombia está creciendo, con expectativas de que aumente de USD 241.15 millones en 2023 a USD 358.28 millones para 2028, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 8.24% (Mordor Intelligence, 2023).

En 2024, Colombia está viendo cambios significativos y tendencias en sostenibilidad y transparencia. Los consumidores prefieren productos efectivos que utilicen ingredientes naturales y respeten el medio ambiente, alineándose con valores éticos y ecológicos (EMR, 2024):

Con base en informes de expertos, el crecimiento en la cosmética vegana se proyecta a tener un crecimiento anual del 10% hasta 2027, esto significa una oportunidad para la industria de alinearse con las tendencias emergentes. Además, es importante que las empresas continúen adaptándose a las preferencias cambiantes de los consumidores, especialmente en lo relacionado con la sostenibilidad y la tecnología (Esentia, 2024, párr. 6).

Algunas de las tendencias adicionales en el mercado de cosméticos en Colombia según Laboratorio de Cosmética (2024) incluyen:

- 1. Cosmética personalizada:** Se hace uso de la inteligencia artificial (IA) para satisfacer necesidades específicas de los consumidores, ya sea durante su experiencia al comprar o al seleccionar los productos deseados.
- 2. Mayor enfoque en productos naturales:** Se desarrollan los diferentes productos con ingredientes como neem, aloe vera, sándalo y té verde, con el fin de que estos vayan más alineados con la producción de productos más naturales y menos invasivos.

3. Implementación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC):

Todo esto con el fin de mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente desde el inicio hasta el final del proceso de compra.

4. Crecimiento de las ventas en línea: Se ofrece a los consumidores la capacidad de comparar diferentes marcas y elegir productos que se adapten a sus necesidades, todo desde un mismo landing page.

5. Intensa competencia: A nivel Latino América, Colombia ocupa el cuarto lugar en ventas de productos de maquillaje y cosméticos, haciendo que este sea reconocido y continúe en aumento en ventas.

En conclusión, la industria cosmética en Colombia muestra un horizonte prometedor y lleno de dinamismo. El continuo crecimiento del sector resalta la importancia de que las empresas adopten tendencias emergentes y respondan a las demandas cambiantes de los consumidores. Este enfoque estratégico puede posicionar al país como un líder destacado en el escenario global de la belleza y el cuidado personal. La evolución hacia la sostenibilidad, la personalización y la adopción de tecnologías avanzadas, impulsada por cambios en los hábitos de consumo, mayor poder adquisitivo y una inclinación hacia productos que promueven el bienestar y la sostenibilidad señala un futuro brillante para la industria de cosméticos en Colombia.

4. Perfil Gerente de Ventas

El gerente de ventas de la Comercializadora Romar debe planificar, ejecutar y supervisar las estrategias de ventas más competitivas. Así mismo, debe delegar responsabilidades a cada miembro de la empresa, dependiendo de las habilidades que encuentre en ellos.

Es la persona encargada de aumentar las ventas de la organización por medio de su liderazgo. Debe ser capaz de dirigir y desarrollar sus habilidades en este puesto y, a la vez, motivar a otras personas que también son hábiles para tomar esta actividad gerencial (Indeed, 2023, párr. 2).

Dentro de las funciones que debe desarrollar, se encuentran motivar a su equipo de trabajo como se menciona anteriormente, analizar las cifras de ventas y planificar los presupuestos de ventas, establecer metas y objetivos, además de especificar los objetivos de cada vendedor. Igualmente, debe redactar los informes de ventas, gestionar la capacitación del personal, redactar los informes de ventas, entre otras.

Sobre sus áreas de responsabilidad, se encuentra el diseño de la gerencia de ventas, donde debe definir el perfil del equipo de ventas y sus funciones, los tipos de ventas y su pronóstico, la estructura del plan de ventas y la compensación del equipo. De igual forma, se encarga de la administración de la gerencia de ventas, aquí debe supervisar y motivar las ventas, además de capacitar a su equipo y realizar un reclutamiento en ventas. También, es responsable de la profesionalización del equipo de ventas, donde entrena a su equipo para tener dominio de servicio al cliente y un comportamiento y comunicación adecuadas con este.

Finalmente, el gerente debe interactuar con todas las áreas de la empresa, desde el área logística, inventarios, finanzas y cartera, recursos humanos, mercadeo, hasta la parte de producción. De esta manera podrá realizar una gestión eficaz, ya que permite una visión total, mejora la coordinación, fortalece la comunicación, facilita la resolución de problemas y la adaptación al cambio.

5. Perfil Supervisor de Ventas

El Supervisor de Ventas de Comercializadora Romar debe ser un líder accesible y proactivo, con al menos tres años de experiencia en ventas y formación en Administración de Empresas, Marketing, Ventas o áreas relacionadas. Este profesional es responsable de conocer detalladamente las habilidades de cada vendedor, asegurando su desarrollo y maximización de su rendimiento.

Algunas de las áreas de las que el Supervisor de Ventas de la empresa es responsable, son:

- 1. Recursos Humanos:** Debe participar activamente en la selección y reclutamiento de nuevos vendedores, garantizando que se cumplan los perfiles y estándares de la empresa. Además, debe conocer detalladamente las habilidades de cada vendedor, asegurando su desarrollo y maximización de su rendimiento.
- 2. Desarrollo y Capacitación:** Debe organizar y supervisar programas de capacitación en ventas para mantener al equipo actualizado y altamente capacitado. Además, acompañar la implementación y seguimiento de los planes de motivación e incentivos para la fuerza de ventas, asegurando que estos se ejecuten de manera efectiva.

- 3. Operaciones de Ventas:** Supervisar de cerca el desempeño de los vendedores, realizando visitas regulares a los puntos de venta, ofreciendo apoyo y orientación. También, debe monitorear y evaluar el cumplimiento de las metas y estrategias de ventas establecidas por la empresa.
- 4. Atención al Cliente:** Actuar como mediador en las diferencias que surjan entre los vendedores y los clientes, buscando soluciones que beneficien a ambas partes y mantengan la satisfacción del cliente. Y finalmente, servir como primer punto de contacto tanto para el equipo de ventas como para los clientes en caso de conflictos.

Este perfil integral asegura que el Supervisor de Ventas pueda guiar y motivar a su equipo, resolver conflictos de manera efectiva, y contribuir al éxito general de Comercializadora Romar en la región Costa.

6. Perfil Vendedor-Detallista

Dentro de las que podrían definirse como las principales funciones del vendedor con enfoque detallista, están poder ofrecerle, venderle y asesorar a cada uno de los clientes con lo que se relacione los productos de Comercializadora Romar, sobre todo enfocándose en satisfacer las necesidades específicas de esos clientes con características detallistas. Este rol implicaría para la persona escogida un alto nivel de interacción constante y personalizada con los clientes, para garantizar que cada uno de ellos reciba la atención y el soporte que necesita para lograr adquirir los productos de la mejor manera posible y sin el más mínimo inconveniente.

Por estas razones, se requerirían habilidades y competencias como una comunicación efectiva y eficaz, facilidad en la negociación y un alto grado de adaptabilidad, responsabilidad y organización para que en su visita pueda utilizar las estrategias más convenientes que aseguren la venta. De la misma manera, el vendedor debería ser proactivo al hacer seguimiento postventa para confirmar el nivel de satisfacción de los usuarios y con esta información realizar los respectivos informes. Además, sería importante que tenga la disposición de atender capacitaciones que lo ayuden a mantenerse actualizado y a mejorar sus habilidades.

En lo relacionado a experiencia y a educación, el vendedor detallista debería contar con un título profesional en Administración de Empresas, Mercadeo o afines, y contar por lo menos con 2 o 3 años de experiencias en el área de ventas/comercial (sería positivo si la experiencia es en el sector cosmético). También se consideraría importante que esté familiarizado con herramientas de ventas, como software o CRM.

Finalmente, el perfil personal del vendedor debería estar orientado hacia los clientes, enfocándose mucho en satisfacer y exceder sus expectativas en cada interacción. Debe ser altamente motivado y enérgico, con una actitud positiva hacia el trabajo y un fuerte compromiso con la ética, valores y metas de Comercializadora Romar.

7. Análisis del Salario y el P&G

Para efecto de la construcción de este presupuesto, vamos a tener dos perfiles de vendedores. Uno es un vendedor consultor junior, que va a tener un canal detallista, y el número dos, es un representante de ventas (supervisor), quien va a tener a cargo la regional, para poder cumplir con el presupuesto de ventas. El salario del consultor junior se compone

por su salario básico, más su salario de comisión por cumplimiento de ventas, el básico del salario, más toda la parte de su constitutivo salarial, que conlleva la prima, cesantías, intereses de las cesantías, salud y pensión, para tener un valor de 2.614.400. Sumado a ello, este cargo tendrá un auxilio de transporte de 200.000 y un auxilio de comunicaciones de 50.000, para que al final la nómina de cada uno de estos trabajadores (vendedores junior detallista), sea de 2.914.400.

En el caso del vendedor supervisor, está compuesto de su salario básico por 2.000.000, por comisión a cumplimiento de ventas 1.000.000 (la comisión se le va a pagar si cumple su presupuesto en pesos a partir del 90% y máximo, si lo cumplió, hasta el 105%, esto en ambos casos, tanto en el consultor junior, como en el supervisor), y por su constitutivo salarial. Además, tendrá un auxilio de transporte de 800.000 y un auxilio de comunicaciones de 100.000, es decir, que el costo de la nómina más lo que necesitamos para que el desempeño su gestión está en 5.560.000. Para efecto de este presupuesto, como gerentes necesitamos únicamente estos dos perfiles para desarrollar el presupuesto de ventas de la regional Costa, que tiene un presupuesto de 2.304.000.000, para el año 2024.

Figura 1. Salarios y P&G.

Salario x Consultora P&G Consultor Junior.		
Salario Básico	\$	1.360.000
Comisión	\$	360.000
Básico+Salario+ Constituvo Salarial (Prima,cesantias,interesescesantias.	\$	2.614.400
Auxilio de Transporte	\$	200.000
Auxilio de comunicaciones	\$	50.000
Costo de la nómina de este consultor es de	\$	2.914.400
		52%
Salario x Representante de ventas P&G Senior Intermedio (Supervisor)		
Salario Básico	\$	2.000.000
Comisión	\$	1.000.000
Básico+Salario* Constitutivo salarial	\$	4.560.000
Auxilio de Transporte+comunicaciones	\$	800.000
Auxilio de comunicaciones	\$	100.000
Costo de la nómina de este supervisor es de	\$	5.560.000
		52%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Gerente de canal moderno.

16%	
Gerente de CANAL MODERNO	\$ 11.520.000.000
	25%
Cundinamarca/Bogotá	\$ 2.880.000.000
	20%
Atlántico/ Barranquilla	\$ 2.304.000.000
	10%
Pacífico/Cali	\$ 1.152.000.000
	12%
Antioquia/ Medellín	\$ 1.382.400.000
	4%
Llanos/ Villavicencio	\$ 460.800.000
	6%
Boyacá/ Tunja	\$ 691.200.000
	7%
Eje Cafetero / Pereira	\$ 806.400.000
	8%
Tolima / Huila Ibague	\$ 921.600.000
	8%
Santander /Bucaramanga	\$ 921.600.000
Total Año 2024	\$ 11.520.000.000

Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, el consultor junior lo mínimo que debe vender en esta zona, para poder pagarle una nómina de 2.914.400, con un costo del producto del 42%, un transporte del mismo del 5%, pagar gastos de mercadeo que es un 6%, estimar devoluciones o daños de productos que no nos van a pagar porque se dañaron en el camino, el cual pesa un 13%, y pagando un impuesto regional del 1%. La utilidad antes de impuestos, para que por lo menos nos de punto de equilibrio, lo mínimo que debe vender un consultor por zona son 9.730.215, y a su vez, el supervisor debe vender mínimo 16.861.723, para poder dar punto de equilibrio antes de impuestos.

Figura 3. P&Gs.

P&G de Consultora Por Zona				P&G de Consultora Por Representante de Ventas		
Venta Neta de la zona	\$ 9.702.600		VIVIANA CAROLINA ROMERO PERALTA: Debe Vender	Venta Neta de la zona	\$ 18.529.131	
Valor de la Nómina	\$ 2.914.400	30%		Valor de la Nómina	\$ 5.560.000	30%
Costo del producto	\$ 4.366.170	42%		Costo del producto	\$ 8.338.109	45%
Transporte del producto	\$ 485.130	5%		Transporte del producto	\$ 926.457	5%
Mercadeo	\$ 582.156	6%		Mercadeo	\$ 1.111.748	6%
Averías de producto	\$ 1.261.338	13%		Averías de producto	\$ 2.408.787	13%
Rete ICA	\$ 97.026	1%		Rete ICA	\$ 185.291	1%
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 3.620	0%	Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 1.261	0%	

Fuente: Elaboración propia.

8. Descripción del Presupuesto Anual y la Estructura de la Compañía

Esta compañía para la que estamos organizando el presupuesto, tiene unas ventas totales anuales en pesos de 72.000.000.000, es el presupuesto para el 2024. De igual forma, tiene en su organigrama cuatro canales de venta, con los que hace el total de la venta de la compañía, se dividen en el área de exportaciones, que pesa el 8% del presupuesto anual de la compañía, un canal de ventas tradicional (locales informales), que tiene un 75% de participación. Luego, tenemos un canal emergente B2B, que hace el 1% de la facturación de la compañía, y un canal moderno que es toda la venta de grandes superficies, el cual tiene un peso del 16%, con estos cuatro canales se logra el 100% del presupuesto de ventas de la compañía.

Históricamente se ha venido logrando así y tiene un presupuesto de ventas para el 2024 de 72.000.000.000, para ese mismo año se proyecta que el canon de exportaciones debe facturar 5.760.000.000 con el 8% de participación, en el canal tradicional con el 75%, una venta de 54.000.000.000 anual, el canal B2B con una venta de 720.000.000 con su participación relativa del 1% y el canal moderno con su participación del 16%, una venta de 11.520.000.000. Al interior de cada uno de estos canales, se desagregan exportaciones en

Fuente: Elaboración propia.

9. Presupuesto del Canal Moderno para Atlántico/Barranquilla

Asumido la gerencia regional de la costa, específicamente de Atlántico/Barranquilla, se tiene la tarea de desagregar el presupuesto, teniendo como principio inicial que representamos el 10% de las ventas nacionales en el canal moderno, con un presupuesto de \$2.304.000.000 COP, donde trabajaremos con las cifras de este presupuesto para asignar una cuota al equipo comercial y de ventas de esta zona, actividad que se desarrollará en detalle en el siguiente punto.

10. Vendedores Necesarios por Zona

Al momento de definir el número máximo de vendedores necesarios para nosotros por zona, es fundamental considerar el presupuesto total que se nos ha asignado, que asciende a \$2.304.000.000 pesos colombianos. Este presupuesto se desglosa en los siguientes componentes: el costo del producto es de \$967.680.000 (42%), el descuento comercial es de \$230.400.000 (10%), el transporte del producto es de \$115.200.000 (5%), los costos administrativos son \$230.400.000 (10%), mercadeo \$138.240.000 (6%), Rete ICA \$23.040.000 (1%), salarios para las vendedoras \$279.782.400 (12.1%), el salario del supervisor de ventas \$66.720.000 (2.9%), y los gastos operacionales \$230.400.000 (10%), dejando una utilidad antes de impuestos de \$22.137.600 (1%).

11. Grupo de Puntos de Venta por Vendedor

Con un equipo de ventas de 8 vendedoras y un supervisor, cada vendedora debe alcanzar una meta anual de \$288.000.000 para cubrir estos costos y alcanzar el objetivo sin pérdidas.

Figura 5. Presupuesto anual para región Atlántico.

Atlántico Ppto en pesos para el año 2024			ANUAL		
P&G Venta AÑO			\$ 2.304.000.000		
Costo de Pro			\$ 967.680.000	42%	
Dtos Comerciales			\$ 230.400.000	10%	gte comercial
Transporte Producto			\$ 115.200.000	5%	
Administrativos			\$ 230.400.000	10%	
Mercadeo 6%			\$ 138.240.000	6%	
Rete ICA -lto regional			\$ 23.040.000	1%	
8	Salario Prom * (Nro de consultoras)* 12 meses		\$ 279.782.400	12,1%	gte comercial
1	Salario representante de ventas (1) supervisor		\$ 66.720.000	2,9%	gte comercial
Gastos Operacionales			\$ 230.400.000	10%	
Uti Antes de Impuestos			\$ 22.137.600	1%	
Valor Salario Consultora			\$ 2.914.400		
Valor salario Representante de ventas			\$ 5.560.000		

MENSUAL
\$ 192.000.000
X VENDEDOR
\$ 24.000.000
\$ 346.502.400

Fuente: Elaboración propia.

Mensualmente, el equipo de ventas debe generar \$192.000.000 COP en ventas, lo que significa que se hará una apertura de ocho zonas las cuales deben vender cada una \$24.000.000 COP por mes, para así tener asegurado la atención plena de los clientes y las metas pactadas para cada vendedor. Todo esto es necesario para distribuir equitativamente el presupuesto y asegurar el cumplimiento de las metas financieras establecidas.

12. Presupuesto Trimestral por Vendedor

Por otro lado, se estableció un presupuesto trimestral de ventas (Q) y un presupuesto específico por vendedor para cada trimestre. En el primer trimestre (Q1), el presupuesto total asignado es de \$476.425.369 COP, lo que se traduce en \$59.553.171 COP

por cada vendedora. Durante el segundo trimestre (Q2), el presupuesto global es de \$526.963.040 COP, con un objetivo de \$65.870.380 COP por vendedora.

Figura 6. Presupuesto por Q1 y Q2 en la Costa.

Ppto x Q 2024 Costa		Q1		Q2	
N° de vendedores por mes y ppto x Q	8	\$	476.425.369	\$	526.963.040
		\$	59.553.171	\$	65.870.380

Fuente: Elaboración propia.

El tercer trimestre (Q3) cuenta con el mayor presupuesto, totalizando \$662.473.651 COP y \$82.809.206 COP por vendedora. Finalmente, el cuarto trimestre (Q4) tiene un presupuesto total de \$638.137.940 COP, con una meta de \$79.767.242 COP por vendedora. Esta planificación trimestral destaca que el Q3 es el periodo en el que se espera alcanzar el mayor volumen de ventas.

Figura 7. Presupuesto por Q3 y Q4 en la Costa.

Q3		Q4		TOTAL	
\$	662.473.651	\$	638.137.940	\$	2.304.000.000
\$	82.809.206	\$	79.767.242		

Fuente: Elaboración propia.

13. Objetivos de Venta por Vendedor

Cada vendedora tiene objetivos de ventas trimestrales y anuales establecidos en su región. Para el primer trimestre (Q1), cada vendedora debe alcanzar una meta de \$59.553.171 COP. En el segundo trimestre (Q2), la meta se incrementa a \$65.870.380 COP. El tercer trimestre (Q3) es el periodo con la mayor exigencia, con un objetivo de \$82.809.206 COP por vendedora. Para el cuarto trimestre (Q4), cada vendedora debe cumplir una meta de \$79.767.242 COP. En total, cada vendedora tiene un objetivo anual de ventas de \$288.000.000 COP. Estos objetivos están diseñados para asegurar que la región

cumpla con sus metas financieras anuales y se mantenga en el camino del crecimiento sostenible.

14. Conclusiones

Al concluir el desarrollo de este proyecto, se pueden extraer conclusiones importantes que ayudan a demostrar la importancia de realizar un análisis y una planificación a detalle para generar una buena gestión de ventas. Desarrollando un análisis profundo del sector de los cosméticos en Colombia y en el mundo, proporcionó las tendencias, el entorno competitivo y las oportunidades de crecimiento en el mercado actual, elementos importantes para la toma de decisiones inteligentes de las empresas.

Además, al crear el presupuesto de ventas del canal moderno para la región de la costa, se recalcó la importancia de una buena planificación, ya que elaborar un presupuesto organizado permite asignar los recursos de manera eficaz, y es más fácil crear metas claras para el equipo de ventas que puedan alcanzar, ya que se basan en datos y cálculos.

Igualmente, cuando se definieron los perfiles del gerente, del supervisor y del vendedor, se entiende la importancia de establecer los roles y sus responsabilidades específicas para que estos entiendan las tareas que deben realizar y orienten su trabajo al cumplimiento de las metas de la organización.

Concretar el número necesario de vendedores por zona ayuda de manera significativa a cumplir con el presupuesto de las compañías y a no desperdiciar recursos cuando no es necesario. Además, hacer un monitoreo constante con ayuda de la definición de los presupuestos trimestrales, se vuelve esencial para identificar las desviaciones y así poder corregir cualquier punto en la estrategia.

Por último, se pudo evidenciar que una herramienta importante para mantener el costo de ventas dentro de los límites establecidos por el presupuesto y también para lograr que la empresa sea sostenible con el tiempo, es el uso del P&G en la estructura salarial, que al final se alinea con los objetivos de venta trimestrales y anuales, para asegurar que cada vendedor pueda ser efectivo y eficiente en pro de los objetivos de la empresa.

Bibliografía

- Adex. (2023). *¿Qué es la exportación?* Adex. <https://globallearning.adex.pe/nota/que-es-la-exportacion>
- Concepto. (2024). *Salario—Concepto, características y diferencia con «sueldo»*.
<https://concepto.de/salario/>
- Dobaño, R. (2024). *Facturación de una empresa: Qué es y su importancia*. Quipu.
<https://getquipu.com/blog/facturacion-de-una-empresa/#que-es>
- Emis. (2023). *Informe Sector Cosmético y Aseo*. Sectorial. https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/search/docpdf?doc_id=806552689
- Emis. (2024). *Compañías sector cosmético*. <https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/industries/companies?indu=446>
- Emr. (2024). *Mercado de Cosméticos en Colombia, Informe 2024-2032 Análisis, Tamaño*. Informes de expertos. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-cosmeticos-en-colombia/toc>
- Esenttia. (2024). *Panorama de la industria de belleza y cuidado personal en Colombia*. Esenttia. <https://www.esenttia.co/blog/panorama-de-la-industria-de-cosmeticos-en-colombia/>
- Faster Capital. (2024). *Demanda de productos de belleza La creciente demanda de productos de belleza naturales tendencias e ideas*. FasterCapital.
<https://fastercapital.com/es/contenido/Demanda-de-productos-de-belleza-La-creciente-demanda-de-productos-de-belleza-naturales--tendencias-e-ideas.html>

- Indeed. (2023). *Las funciones de un gerente de ventas*. Guía profesional de Indeed.
<https://www.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/funciones-gerente-ventas>
- Laboratorio de Cosmética. (2024). Las 10 tendencias cosméticas más importantes para 2024. *MS Laboratorio de Cosmética*. <https://www.mscosmeticslab.com/es/las-10-tendencias-cosmeticas-mas-importantes-para-2024/>
- Morales, F. C. (2020). *Gerente*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/gerente.html>
- Mordor Intelligence. (2023). *Colombia Cosmetics Products Market Size*.
<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/colombia-cosmetics-products-market-industry/market-size>
- Pacheco, J. (2022). ¿Qué son las Empresas regionales? - Características y ejemplos. *Enciclopedia Iberoamericana*. <https://enciclopediaiberoamericana.com/empresas-regionales/>
- RAE. (2023a). Comisión. En *Diccionario de la lengua española*. Real Academia Española.
<https://dle.rae.es/comisión>
- RAE. (2023b). Cosmético, cosmética. En *Diccionario de la lengua española*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/cosmético>
- RAE. (2023c). Planificación. En *Diccionario de la lengua española*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/planificación>
- RAE. (2023d). Presupuesto. En *Diccionario de la lengua española*. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/presupuesto>
- Statista. (2024). *La industria de los cosméticos en Colombia*. Statista.
<https://es.statista.com/temas/9760/la-industria-de-los-cosmeticos-en-colombia/>

SumUp Facturas. (2024). *¿Qué es una nómina?* SumUp - Una forma más inteligente de cobrar. <https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/nomina/>