



Serenum Hair Spa

**Angela Victoria Aguilar Rubio
Claudia Lorena Benavides Piamba**

Universidad Icesi
Administración de Empresas
Jhon Alexander Moreno Barragán
María Camila Franco Salazar

Santiago de Cali
24 de noviembre de 2025

Plan de Negocios

Autor(es)

**Angela Victoria Aguilar Rubio
Claudia Lorena Benavides Piamba**

Director del proyecto

**Jhon Alexander Moreno Barragán
María Camila Franco Salazar**

**Facultad de negocios y economía
Mercadeo internacional y publicidad
Administración de empresas**



**Santiago de Cali
2025**

Tabla de contenido

Resumen.....	7
<i>Palabras Claves.....</i>	<i>7</i>
Abstract	8
<i>Key Words</i>	<i>8</i>
1. Análisis del mercado	9
1.1 <i>Presentación de la empresa</i>	<i>9</i>
1.2 <i>Definición del problema.....</i>	<i>9</i>
1.3 <i>Definición del Cliente</i>	<i>10</i>
1.3.1 Definición del perfil del cliente.	10
1.3.2 Validación del problema y perfil del cliente	11
1.4 <i>Análisis del Contexto</i>	<i>12</i>
1.5 <i>Definición de productos y servicios.....</i>	<i>16</i>
1.5.1 Propuesta de valor y solución.....	16
1.5.2 Diseño del Prototipo.	16
1.5.3 Validación del Prototipo.....	17
1.6 <i>Análisis de los competidores</i>	<i>18</i>
1.7 <i>Tamaño del mercado, fracción del mercado y proyecciones de ventas</i>	<i>20</i>
1.8 <i>Plan de mercadeo.....</i>	<i>22</i>
2. Análisis técnico	24
2.1 <i>Procesos productivos o de prestación del servicio</i>	<i>24</i>
2.2 <i>Proveedores</i>	<i>26</i>
2.3 <i>Plan de inversiones</i>	<i>28</i>
2.4 <i>Distribución de planta/oficinas y de equipos.....</i>	<i>29</i>
2.5 <i>Boceto gráfico de website+app móvil.....</i>	<i>31</i>

2.6	<i>Costos y gastos.....</i>	33
3.	Análisis administrativo.....	34
3.1	<i>El perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige.</i>	35
3.2	<i>La estructura organizacional.....</i>	36
3.3	<i>Presupuesto y la proyección de nómina</i>	37
3.4	<i>Socios clave.....</i>	39
4.	Análisis legal, social y ambiental.....	39
4.1	<i>Tipo de sociedad y trámites de constitución.....</i>	40
4.2	<i>Obligaciones tributarias y otras obligaciones</i>	41
4.3	<i>Reglamentaciones, normativa, leyes, beneficios</i>	42
4.4	<i>Efectos sociales y ambientales</i>	43
5.	Análisis económico	44
5.1	<i>Las necesidades de inversión en activos fijos y en capital de trabajo.....</i>	44
5.2	<i>Los ingresos, costos y gastos</i>	45
6.	Análisis financiero	51
6.1	<i>Estado de Resultados y Flujo de Caja</i>	52
6.2	<i>Evaluación de proyecto.....</i>	53
6.3	<i>Riesgos.....</i>	54
6.4	<i>Análisis de sensibilidad</i>	56
7.	Cronograma de implementación.....	58
8.	Conclusiones	60
9.	Referencias	61
Anexos.....		63

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Oportunidades vs. Amenazas del mercado de cuidado capilar en Colombia</i>	16
Tabla 2 <i>Tamaño de mercado</i>	21
Tabla 3 <i>Precios por servicio serenum</i>	23
Tabla 4 <i>Insumos Serenum</i>	27
Tabla 5 <i>Plan de inversiones</i>	28
Tabla 6 <i>Costos y gastos Serenum</i>	34
Tabla 7 <i>Consumos y Costos Unitarios</i>	34
Tabla 8 <i>Perfil del equipo empresarial</i>	35
Tabla 9 <i>Proyección de nómina</i>	38
Tabla 10 <i>Trámites de constitución</i>	40
Tabla 11 <i>Obligaciones tributarias</i>	41
Tabla 12 <i>Inversión en activos fijos</i>	44
Tabla 13 <i>Ingresos mensuales 2026</i>	46
Tabla 14 <i>Ingresos anuales 2027-2029</i>	47
Tabla 15 <i>Presupuesto de Nómina</i>	48
Tabla 16 <i>Costos mensuales 2026</i>	48
Tabla 17 <i>Costos anuales 2027-2029</i>	49
Tabla 18 <i>Gastos preoperativos</i>	50
Tabla 19 <i>Gastos de operación</i>	50
Tabla 20 <i>Gastos de administración y ventas</i>	51
Tabla 21 <i>Análisis de costos Serenum</i>	51
Tabla 22 <i>Flujo de caja primero 4 años</i>	52
Tabla 23 <i>Estados financieros primero 4 años</i>	53
Tabla 24 <i>Flujo de caja neto</i>	54
Tabla 25 <i>Escenarios AS</i>	56
Tabla 26 <i>Análisis volumen de ventas</i>	56
Tabla 27 <i>Análisis precio de venta</i>	57
Tabla 28 <i>Análisis precio de compra</i>	57
Tabla 29 <i>Cronograma de implementación</i>	58

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 <i>A. Proceso productivo</i>	25
Ilustración 2 <i>A. Proceso de comercialización</i>	26
Ilustración 3 <i>Organigrama Serenum</i>	37

Lista de Gráficas

Gráfica 1 <i>Ventas minoristas de productos para el cuidado capilar</i>	13
Gráfica 2 <i>Participación de marcas en el mercado colombiano</i>	14
Gráfica 3 <i>Ventas de productos capilares por categorías</i>	15
Gráfica 4 <i>Curva de valor Serenum Hair Spa</i>	20

Lista de Imágenes

Imagen 1 <i>Supuestos de perfil del Cliente</i>	11
Imagen 2 <i>Perfil del Cliente ajustado</i>	12
Imagen 3 <i>Validación propuesta de valor</i>	18
Imagen 4 <i>Distribución primer piso</i>	30
Imagen 5 <i>Distribución segundo piso</i>	31
Imagen 6 <i>Página inicio sitio web</i>	32
Imagen 7 <i>Sitio web Serenum</i>	32

Resumen

Serenum Hair Spa es un proyecto innovador que busca transformar el cuidado capilar en Colombia mediante la creación de un spa especializado en la salud del cuero cabelludo. El proyecto nace de la identificación de una necesidad no satisfecha en el mercado: la alta prevalencia de problemas como el cuero cabelludo graso y seco, que afectan la autoestima y la calidad de vida de miles de personas.

El objetivo principal es establecer un espacio integral donde se combinen diagnóstico especializado, terapias capilares avanzadas y bienestar emocional. A través de tecnología no invasiva y la intervención de Tricoterapeutas certificados, Serenum ofrece tratamientos personalizados que abordan las causas raíz de los problemas capilares, no solo los síntomas. La propuesta de valor se distingue por integrar el bienestar físico y emocional, incluyendo charlas motivacionales y un café wellness que complementa la experiencia del cliente.

El estudio de viabilidad demuestra la solidez del proyecto, con un valor presente neto positivo y una tasa interna de retorno del 64%. La estrategia de expansión contempla la apertura de una segunda sede en Cali y una tercera en Bogotá, consolidando así el posicionamiento como líder en servicios de bienestar capilar especializado en el país. La combinación de enfoque técnico, personalización y experiencia integral representa una propuesta diferenciadora en un mercado en crecimiento, con capacidad para generar un impacto social positivo al mejorar la autoestima de los clientes a través del cuidado capilar especializado.

Palabras Claves

Autoestima, bienestar, capilar, spa, seborrea.

Abstract

Serenum Hair Spa is an innovative project that seeks to transform hair care in Colombia by creating a specialized spa focused on scalp health. The project arises from identifying an unmet market need: the high prevalence of issues such as oily and dry scalp, which affect the self-esteem and quality of life of thousands of people.

The main objective is to establish a comprehensive space where specialized diagnosis, advanced hair therapies, and emotional well-being are combined. Through non-invasive technology and the intervention of certified Trichotherapists, Serenum offers personalized treatments that address the root causes of hair problems, not just the symptoms. The value proposition stands out by integrating physical and emotional well-being, including motivational talks and a wellness café that complements the customer experience.

The feasibility study demonstrates the project's strength, with a positive net present value and an internal rate of return of 64%. The expansion strategy includes opening a second location in Cali and a third in Bogotá, thereby consolidating its position as a leader in specialized hair wellness services in the country. The combination of technical approach, personalization, and comprehensive experience represents a differentiating proposal in a growing market, with the capacity to generate a positive social impact by improving customers' self-esteem through specialized hair care.

Key Words

Self-esteem, wellness, hair, spa, seborrhea.

1. Análisis del mercado

A continuación, se presenta un análisis del entorno comercial en el que opera Serenum Hair Spa, identificando oportunidades y desafíos en el mercado colombiano del cuidado capilar. Se estudia la problemática central relacionada con el cuero cabelludo graso y seco, que afecta significativamente la autoestima de miles de personas. Se define con precisión el perfil del cliente mediante la metodología Jobs to be Done, validando sus necesidades funcionales, emocionales y sociales. El análisis incluye tendencias clave del sector, fuerzas competitivas y macroeconómicas que influyen en el mercado. Se presenta la propuesta de valor diferenciada que combina diagnóstico especializado, terapias avanzadas y bienestar emocional. Se analizan los competidores existentes y su posicionamiento en el mercado, identificando vacíos que Serenum está preparado para cubrir. Se cuantifica el tamaño del mercado objetivo y se proyectan las ventas basadas en capacidad operativa real. Finalmente, se detalla la estrategia de marketing que permitirá posicionar a Serenum como referente en salud capilar especializada, con enfoque en penetración de mercado y expansión geográfica.

1.1 Presentación de la empresa

Nombre de la empresa: Serenum – Hair Spa.

Concepto: Centro de experiencia integral en salud capilar, enfocado en el tratamiento del cuero cabelludo graso y seco a través de un enfoque profesional, personalizado y sensorial. Su propuesta de valor se basa en la combinación de diagnóstico especializado, terapias capilares avanzadas y bienestar emocional, creando un espacio donde la ciencia y el autocuidado se encuentran en armonía.

1.2 Definición del problema

Según Svenson (2019), el cuero cabelludo graso representa el 15.2% de los problemas capilares, superado solo por la caspa. Esta condición, común en hombres y mujeres, va más allá de un problema estético, impactando la calidad de vida. El exceso de sebo producido por la hiperactividad de las glándulas sebáceas obstruye los folículos pilosos, ralentizando o deteniendo el crecimiento del cabello (Imdermatológico, 2024). Además, este ambiente propicio para microorganismos como el hongo *Malassezia* puede causar caspa grasa y dermatitis seborreica, una afección inflamatoria con enrojecimiento, descamación, picazón e irritación (Newton-Fenner, 2025). El resultado es un cabello graso, sin volumen y con aspecto descuidado, afectando la autoestima y la confianza personal.

Es fundamental destacar que el exceso de grasa en el cuero cabelludo no es causado únicamente por la falta de higiene. Diversos factores, como cambios hormonales, estrés, dietas desequilibradas, el uso de productos capilares inadecuados o incluso la predisposición genética, pueden influir en la hiperactividad de las glándulas sebáceas. Por ejemplo, se ha observado que durante la pubertad o en situaciones de estrés crónico, las glándulas sebáceas tienden a aumentar su producción de sebo debido a desequilibrios hormonales. Esto explica la mayor prevalencia de

la condición en adolescentes y adultos jóvenes, aunque puede afectar a personas de cualquier edad (Huerta Castillo, 2024).

Desde una perspectiva de mercado, el cuidado del cuero cabelludo ha cobrado relevancia en los últimos años, en línea con la tendencia global hacia la personalización de tratamientos de belleza y salud. Según un informe reciente sobre el mercado colombiano de productos para el cuidado del cabello, se proyecta un crecimiento significativo del 4,74% entre 2024 y 2029. Este incremento se debe a una mayor conciencia sobre la salud capilar y a la demanda de soluciones que aborden problemas específicos como la seborrea, caspa y caída del cabello (Mordor Intelligence, 2025).

La seborrea y otros problemas capilares son cuestiones que van más allá de la estética, y que afectan la salud y bienestar de muchas personas. La identificación de los factores que contribuyen a esta condición es crucial para su manejo adecuado. Es imperativo que se promueva una mayor conciencia sobre la salud capilar y se ofrezcan soluciones efectivas que aborden tanto los síntomas como las causas subyacentes. Solo así se podrá mejorar la calidad de vida de quienes enfrentan estos desafíos.

1.3 Definición del Cliente

1.3.1 Definición del perfil del cliente.

El perfil de cliente que presentamos a continuación se construyó a partir de una profunda comprensión de sus necesidades y motivaciones, utilizando la metodología Jobs to be Done. Analizamos sus trabajos funcionales, emocionales y sociales, identificando sus problemas, frustraciones y anhelos, así como sus valores, estilo de vida y variables demográficas y geográficas (Anexo 1).

Para el perfil de cuero cabelludo graso, el principal trabajo es controlar la producción excesiva de sebo para mantener una apariencia fresca y limpia durante más tiempo. Las frustraciones frecuentes incluyen la necesidad de lavar el cabello diariamente, la sensación de pesadez tras usar productos inadecuados que empeoran la grasa y la incomodidad social por el aspecto "aceitoso" que genera inseguridad en entornos laborales o sociales. Sus anhelos giran en torno a encontrar soluciones que regulen la oleosidad sin resecar, brinden confianza para prolongar los días entre lavados y ofrezcan una textura ligera que no dañe la salud del cuero cabelludo, priorizando fórmulas especializadas con ingredientes como el ácido salicílico o el carbón activado que equilibren sin efectos rebote.

En el caso del cuero cabelludo seco, el job to be done central es restaurar la hidratación y calmar la irritación causada por la descamación constante y el picor intenso, buscando una piel flexible y libre de molestias. Las frustraciones más comunes son la persistencia de caspa blanca o escamas visibles, la sensación de tirantez incluso después de aplicar cremas y la dificultad para identificar productos que no acentúen la sequedad con componentes agresivos como sulfatos. Sus

anhelos apuntan a recuperar la barrera protectora natural mediante tratamientos suaves, lograr una apariencia saludable sin rastros de caspa y disfrutar de alivio inmediato sin comprometer la delicadeza del cuero cabelludo, con fórmulas que combinen nutrición profunda y respeto por el equilibrio microbiológico a largo plazo.

Sociodemográficamente, ambos perfiles están conformados principalmente por consumidores jóvenes de entre 18 y 35 años, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, quienes representan el consumo masivo de productos capilares en Colombia. Las mujeres constituyen el grupo más numeroso en la categoría, aunque se observa un crecimiento constante en la participación de hombres jóvenes interesados en el cuidado capilar. Geográficamente, el mercado se concentra en áreas urbanas como Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca y Cundinamarca, donde mayor acceso a servicios y productos especializados. Gastan alrededor de \$250,000 anuales en productos de belleza y cuidado personal, valorando aún más los ingredientes naturales, la sostenibilidad y la asesoría experta en las soluciones que eligen (Euromonitor International, Cuidado del Cabello en Colombia, 2024; ANDI, Informe del Sector Cosmético y de Cuidado Personal, 2025).

Ambos perfiles fueron posteriormente validado a través de entrevistas, permitiendo refinar nuestra comprensión del cliente objetivo y asegurar la efectividad de nuestra propuesta de valor.

Imagen 1

Supuestos de perfil del Cliente



Fuente: Elaboración propia

1.3.2 Validación del problema y perfil del cliente

Para la realización de esta validación, se diseñó una lista de preguntas base y supuestos que nos permitieron definir el perfil de los entrevistados. Teniendo en cuenta este perfil, se contactaron y citaron veinte (20) participantes, entre los que se encontraban catorce (14) mujeres y seis (6) hombres entre 20 y 77 años. Estas entrevistas se llevaron a cabo por llamada telefónica y chat de WhatsApp, con duración promedio de 12 minutos. El audio y notas se realizaron simultáneo con las entrevistas para posterior consulta en la etapa de análisis (Anexo 2).

En el perfil del cliente ajustado se presenta nueva información adquirida luego del análisis de las entrevistas junto con los supuestos que resultaron en afirmaciones luego del mismo.

Imagen 2
Perfil del Cliente ajustado



Fuente: Elaboración propia

1.4 Análisis del Contexto

Código CIU 9602: Peluquería y otros tratamientos de belleza.

Según Euromonitor (2025), la tendencia global por el cuidado personal ha incentivado el crecimiento del sector de peluquería y otros tratamientos de belleza. En esta categoría se incluyen actividades relacionadas con el cuidado de cabello, desde corte, tintura y demás servicios personalizados, hasta los productos utilizados en salones de belleza u hogares. También, la creciente tendencia de los consumidores en buscar productos multifuncionales se refleja en el aumento de la demanda de artículos que ofrecen beneficios combinados, es decir, hidratación, termo protección y reparación, permitiéndoles reducir el tiempo que dedican a su cuidado diariamente.

A nivel mundial, la industria de belleza y cuidado personal es valorada en USD 540.6 mil millones para 2024 con un crecimiento proyectado del 2.7% para la categoría de cuidado capilar. Factores como la “skinificación” que es el uso de ingredientes típicos del cuidado de la piel en productos capilares ha cobrado relevancia, revolucionando las formulaciones de champús, acondicionadores y tratamientos. Además, la sostenibilidad pasó a ser un determinante en la decisión de compra para muchos consumidores, llevando así a las marcas a innovar en empaque y producto y cumplir con las expectativas del mercado.

La creciente conciencia sobre el autocuidado ha llevado a las personas a priorizar su bienestar personal, lo que se traduce en una mayor inversión en productos y servicios que promueven la salud capilar. Este cambio de mentalidad no solo beneficia a los consumidores,

sino que también representa una oportunidad significativa para las empresas del sector, que pueden capitalizar esta tendencia ofreciendo soluciones personalizadas y efectivas.

Sin embargo, el sector del cuidado personal también enfrenta desafíos legales y normativos. La regulación en torno a la seguridad de los productos cosméticos y los estándares de calidad se ha vuelto más estricta, lo que puede representar tanto una oportunidad como una amenaza. Por un lado, las empresas que cumplen con estas normativas pueden diferenciarse en el mercado al ofrecer productos seguros y de alta calidad. Por otro lado, aquellas que no logren adaptarse a estas regulaciones pueden enfrentar sanciones y perder competitividad.

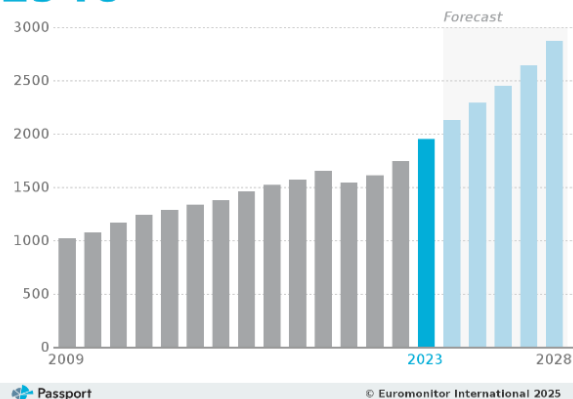
Gráfica 1

Ventas minoristas de productos para el cuidado capilar

Sales of Hair Care in Colombia

Retail Value RSP - COP billion - Current - 2009-2028

1946



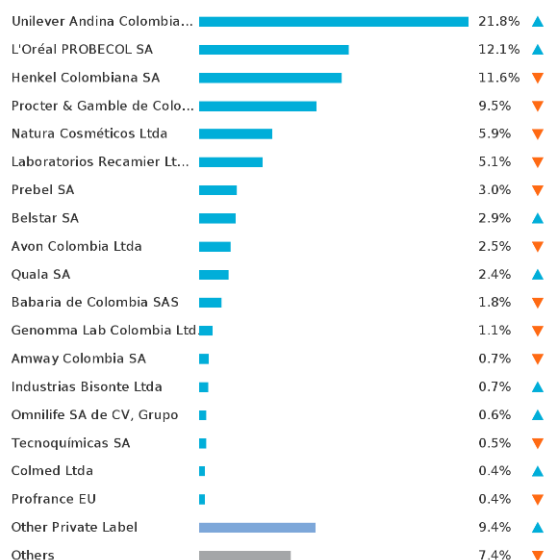
Fuente: Euromonitor International 2025

Gráfica 2

Participación de marcas en el mercado colombiano

Company Shares of Hair Care in Colombia

% Share (NBO) - Retail Value RSP - 2023



Passport

© Euromonitor International 2025

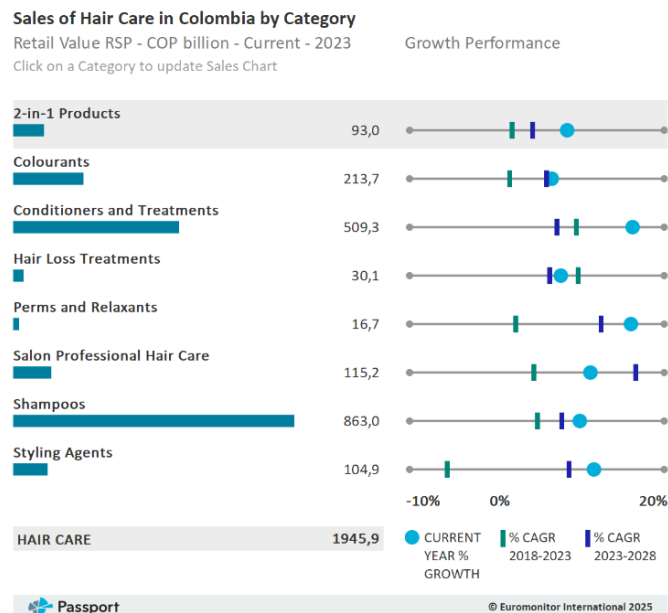
Fuente: Euromonitor International 2025

En el contexto nacional, las ventas minoristas de productos capilares aumentaron un 12% en el 2023, alcanzando COP 1.9 billones, pronosticándose que continúen creciendo a una tasa anual compuesta del 4% en términos constantes hasta 2028. Unilever Andina Colombia SA lidera este mercado con una participación del 22%, incluyendo marcas como Savital y Sedal; seguido a ella se ubica L'Oréal PROBECOL con sus marcas Elsève y Garnier Fructis. En este orden de ideas, las categorías que lideran este mercado incluyen: champús, acondicionadores y tratamientos; reafirmando así la inclinación de los consumidores por su cuidado capilar y productos que ofrecen múltiples beneficios adicionales.

Un aspecto clave en el crecimiento de este mercado es la innovación en ingredientes, llevando a un auge el uso de superfoods, ácido hialurónico, colágeno y probióticos en champús y tratamientos, donde reconocidas marcas como Elvive y Oriflame se han reinventado al desarrollar líneas especializadas que cumplen las expectativas del mercado local; cabe recalcar que compañías de venta directa y privadas también han fortalecido su propuesta de valor debido al uso de ingredientes naturales. De la misma manera, estas empresas han implementado empaques reciclables y formatos más ecológicos, como los pouches de Tío Nacho o los envases recargables de Duologi de Oriflame, debido a la creciente demanda de estos por grupos de consumidores que prefieren marcas con valores alineados a la responsabilidad ambiental.

Gráfica 3

Ventas de productos capilares por categorías



Fuente: Euromonitor International 2025

Por otro lado, para el segmento de cuidado capilar profesional, se espera un crecimiento dinámico en los próximos años como resultado de la migración de servicios de belleza hacia el hogar, tendencia impulsada por la demanda de tratamientos capilares de calidad profesional, llevando a reconocidas marcas como Schwarzkopf Bonacure a introducir productos con tecnología de doble enlace para la reparación intensiva del cabello.

Sin embargo, a pesar del crecimiento del sector, existen desafíos importantes. Uno de ellos es el aumento en los costos de materias primas y producción, impactando directamente en los precios de los productos y dificultando la accesibilidad para los consumidores colombianos. Adicional a esto, la competencia en el sector es intensa, con nuevas marcas constantemente desafiando a los líderes del mercado. El endurecimiento de las regulaciones en cuanto a componentes y procesos de producción también representa un reto para las empresas, que deben innovar sin comprometer la seguridad y efectividad de sus productos.

En resumen, el mercado de cuidado capilar en Colombia presenta un alto potencial de crecimiento, especialmente en categorías como tratamientos avanzados, productos naturales y soluciones sostenibles. La evolución del consumo hacia rutinas más personalizadas y enfocadas en la salud capilar, junto con la digitalización del mercado a través de redes sociales y comercio electrónico, abre nuevas oportunidades para las marcas que logren diferenciarse en este entorno competitivo.

Tabla 1*Oportunidades vs. Amenazas del mercado de cuidado capilar en Colombia*

Oportunidades	Amenazas
1. Auge de productos naturales y sostenibles. 2. Tendencia por el cuidado capilar. 3. Preferencia por ingredientes naturales. 4. Digitalización del mercado. 5. Expansión del mercado premium. 6. Incremento en exportaciones.	1. Aumento en costos de producción y materias primas. 2. Competencia intensa. 3. Regulaciones más estrictas. 4. Consumidores más cautelosos en el gasto. 5. Migración de servicios de belleza hacia el hogar. 6. Preferencia por formatos ecológicos.

Fuente: Elaboración propia

1.5 Definición de productos y servicios

1.5.1 Propuesta de valor y solución

Inicialmente, nuestro centro integral, mediante el uso de microcámaras, realiza un diagnóstico capilar preciso, el cual es interpretado por un tricólogo certificado. A partir de este análisis, se diseñan planes terapéuticos personalizados que integran técnicas como exfoliación dérmica, masajes capilares y ozonoterapia, utilizando productos profesionales de alta calidad. Además, se ofrece una membresía exclusiva que incluye seguimiento mensual, asesoría continua, beneficios económicos y acceso prioritario a nuevos tratamientos, promoviendo una atención constante y cercana al cliente.

El valor diferencial de este spa no se limita al tratamiento físico, sino que también incorpora el bienestar emocional como parte esencial de su propuesta. Para ello, se desarrollan charlas motivacionales denominadas "Love Yourself", orientadas al fortalecimiento del autocuidado emocional. Estas se complementan con un café wellness que brinda infusiones y snacks saludables en un entorno sensorial cuidadosamente diseñado, con música suave y aromaterapia. De esta manera, nuestro Spa Capilar se posiciona como un espacio cálido, profesional y acogedor que promueve soluciones efectivas a problemas capilares, integrando el bienestar físico y emocional de los usuarios.

1.5.2 Diseño del Prototipo.

Basándonos en el análisis de los perfiles de cliente identificados, diseñamos un prototipo de spa capilar que responde específicamente a sus necesidades funcionales, emocionales y sociales. Este integra además un sistema de evaluación tricológica inicial para ambos segmentos, asegurando que los tratamientos se adapten a las causas específicas de cada problema capilar, evitando así las soluciones temporales que tanto frustran a nuestros clientes.

1.5.3 Validación del Prototipo.

Para esta validación, se diseñó una entrevista (Anexo 3) que nos permitió identificar aspectos de mejora en nuestro modelo de negocio. Teniendo en cuenta nuestros segmentos de cliente, se citaron las mismas personas de nuestra anterior validación. Estas entrevistas se llevaron a cabo por llamada telefónica y chat de WhatsApp, con duración promedio de 20 minutos. El audio y notas se realizaron simultáneo con las entrevistas para posterior consulta en la etapa de análisis. Estas revelaron una alta demanda por tratamientos personalizados y un fuerte interés en soluciones naturales y efectivas. Se identificó la necesidad de un paquete básico más económico y la posibilidad de añadir opciones de personalización a los paquetes existentes. Además, se detectó la necesidad de una plataforma online para la programación de citas, así como la conveniencia de ofrecer consultas virtuales previas al tratamiento. Los participantes también sugirieron la creación de talleres sobre autocuidado capilar, programas de fidelización y horarios extendidos, especialmente los fines de semana.

En el prototipo ajustado (Anexo 5), se incorporó esta nueva información, incluyendo nuevos servicios como paquetes para grupos, atendiendo a las necesidades expresadas por nuestros clientes.

Imagen 3

Validación propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia

1.6 Análisis de los competidores

El mercado del cuidado capilar ha evolucionado significativamente tanto a nivel nacional como internacional, impulsado por la innovación cosmética, los avances clínicos y la creciente demanda de experiencias personalizadas. En este entorno diverso, conviven múltiples actores que abordan el cuidado del cabello y del cuero cabelludo desde distintas perspectivas: médica,

sensorial, estética o profesional, cada una de ellas respondiendo a públicos con necesidades y aspiraciones específicas.

Existen propuestas con un enfoque clínico consolidado, como los centros dermatológicos y clínicas especializadas, orientadas al tratamiento médico del cabello mediante el respaldo científico y el diagnóstico especializado. Estas soluciones se centran en afecciones como la alopecia, la dermatitis seborreica o los desequilibrios del cuero cabelludo, con protocolos técnicos bien estructurados y profesionales con formación médica. Sin embargo, estas experiencias tienden a desvincularse de componentes sensoriales, estéticos o emocionales, ofreciendo una interacción más instrumental que personalizada.

Por otro lado, los tricólogos y profesionales técnicos en salud capilar representan un enfoque intermedio entre lo clínico y lo funcional. Su fortaleza radica en el diagnóstico visual y el conocimiento técnico, pero sus intervenciones suelen ser unidimensionales, con un bajo componente de acompañamiento emocional o experiencias inmersivas que aumenten el compromiso del usuario con el proceso.

También se identifican en el mercado nacional los spas capilares, cuya propuesta gira en torno a rituales de relajación, técnicas orientales, uso de aceites naturales y prácticas sensoriales. Estos espacios ofrecen un alto valor percibido gracias al entorno, la ambientación y el vínculo emocional que generan. Sin embargo, la ausencia de diagnósticos técnicos y la falta de personalización científica limitan su impacto como solución sostenible a problemas capilares estructurales.

En una categoría más accesible y de consumo masivo se encuentran los shampoos controladores de grasa y los estilistas autónomos. Los primeros ofrecen una solución rápida y económica, aunque limitada al alivio temporal de síntomas, sin diagnóstico ni personalización. Los estilistas, por su parte, abordan el cabello desde lo visual y estético, con alta cercanía al cliente, pero sin herramientas ni conocimientos profundos sobre la salud del cuero cabelludo, lo que restringe su capacidad para ofrecer soluciones duraderas.

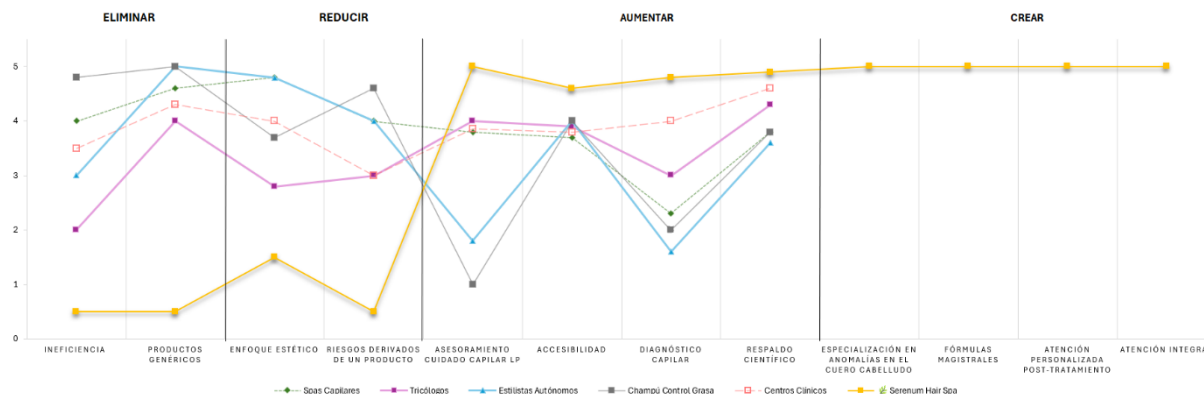
Este panorama revela un mercado fragmentado, en el que la mayoría de los actores destacan en uno o dos atributos clave —ya sea diagnóstico, sensorialidad o estética— pero difícilmente logran integrarlos de forma coherente. Esta fragmentación deja vacíos importantes en la experiencia del usuario, quien debe elegir entre soluciones técnicas sin calidez o experiencias sensoriales sin sustento científico.

En este contexto, surge Serenum Hair Spa como una propuesta disruptiva que combina de forma armónica los atributos más valorados por los usuarios: personalización profunda del tratamiento, respaldo científico mediante diagnóstico especializado con tecnología no invasiva, fórmulas magistrales cosméticas desarrolladas según el tipo de cuero cabelludo, experiencia emocional sensorial, accesibilidad mediante precios ajustados a públicos de clase media, atención integral en todo el proceso, enfoque holístico que vincula el bienestar emocional con la salud

capilar, y una clara especialización en problemáticas como el cabello graso, cuya prevalencia es alta y poco atendida desde una perspectiva integral.

Gráfica 4

Curva de valor Serenum Hair Spa



Fuente: Elaboración propia

Serenum Spa capilar, logra una ventaja competitiva real respecto a las alternativas existentes en el mercado. En la dimensión de eliminar, Serenum reduce al mínimo la ineficiencia, los productos genéricos y el limitado enfoque estético de otras soluciones, que no responden a la complejidad de los problemas del cuero cabelludo. También reduce los riesgos derivados de un producto no adaptado al tipo de cuero cabelludo y la falta de asesoramiento de cuidado capilar a largo plazo, aspectos que permanecen poco desarrollados en opciones convencionales. En cuanto a los factores que aumenta, Serenum destaca en accesibilidad, al ofrecer un servicio clínico-sensorial de alta calidad a un costo razonable, y en diagnóstico capilar, al incorporar tecnología especializada no invasiva que permite entender con mayor precisión la causa de los desequilibrios capilares. Asimismo, eleva el nivel de respaldo científico, superando ampliamente a los estilistas y spas convencionales. Pero el verdadero diferencial está en lo que crea: una especialización profunda en cuero cabelludo graso, el desarrollo de fórmulas magistrales ajustadas a cada diagnóstico, una atención personalizada post-tratamiento que acompaña al cliente más allá de la sesión inicial. Esta atención incluye el acompañamiento continuo de un asesor, quien se encarga de hacer seguimiento al progreso del cliente mediante controles periódicos, revisión de la efectividad de los productos recomendados y ajustes en el plan de cuidado en caso de ser necesario. Esta propuesta ofrece al usuario una solución holística, coherente y efectiva, que redefine los estándares del cuidado capilar especializado.

1.7 Tamaño del mercado, fracción del mercado y proyecciones de ventas

El mercado del cuidado capilar en Colombia para el período 2024-2028 presenta un escenario prometedor, con un crecimiento sostenido del 4% anual en términos constantes. Este avance se sustenta en la creciente demanda de soluciones especializadas para problemas capilares comunes como la caspa y la caída del cabello. La dinámica del mercado refleja una tendencia

hacia tratamientos más especializados y personalizados, alineada con las necesidades identificadas en nuestros segmentos objetivo.

El crecimiento del mercado objetivo específico para tratamientos terapéuticos especializados en cuero cabelludo graso presenta un potencial anual del 64%, impulsado por la alta prevalencia de problemas relacionados con la producción excesiva de sebo y la creciente conciencia sobre la importancia de un cuidado capilar profesional. Este crecimiento se explica por la demanda emergente de soluciones naturales y efectivas, especialmente entre los jóvenes que priorizan productos cruelty-free y éticos. La estacionalidad del mercado muestra picos de demanda durante los meses de junio a agosto, vinculados a la temporada de vacaciones, preparación para actividades veraniegas y el regreso a clases, mientras que los meses de febrero y diciembre presentan menores niveles de demanda.

Considerando las limitaciones operativas de un spa inicial con 4 estaciones, un horario de 7 horas diarias y un promedio de 2.5 horas por servicio, el spa puede atender 14 servicios diarios, 336 mensuales y 4.032 anuales en su primer año de operación. Esta capacidad física real determina que, con un mercado total de \$15,961.3 millones COP para 2026, la fracción del mercado alcanzable sea del 4,87%, equivalente a \$64 millones COP en ventas, lo que corresponde exactamente a la capacidad máxima de servicio calculada. La proyección de crecimiento se sustenta en la expansión planificada a 6 estilistas en el segundo año, aumentando la capacidad a 6.451 servicios anuales, lo que permite alcanzar el 8,29% del mercado en 2027. Este enfoque metodológico garantiza que las metas de participación de mercado no sean arbitrarias, sino que respondan directamente a la capacidad operativa real del negocio.

Tabla 2

Tamaño de mercado

	2026	2027	2028	2029
Tamaño del Mercado (Millones)	\$15.961.300.000	\$17.509.800.000	\$19.254.900.000	\$21.221.900.000
% Fracción del Mercado	4,87%	8,29%	15,95%	27,71%
Valor tot Ventas (Millones)	\$777.381.551	\$1.451.730.370	\$3.070.559.870	\$5.879.616.097
Ventas mensuales (Millones)	\$64.781.796	\$120.977.531	\$255.879.989	\$489.968.008
Ventas mensuales (Unds)	510	953	2.015	3.858
Crecimiento		86,75%	111,51%	91,48%

Fuente: Elaboración propia

El plan de ampliación geográfica y desarrollo de nuevos mercados se estructura en fases claras que responden a la consolidación progresiva del negocio. Para 2028, se prevé la apertura de una segunda sucursal en Cali, capital del Valle del Cauca, aprovechando la creciente demanda de servicios especializados en cuidado capilar y el posicionamiento alcanzado durante los dos primeros años de operación. En 2029, el enfoque se orientará hacia la expansión nacional, con la apertura de una sede en Bogotá, ciudad con alta densidad poblacional y una demanda creciente de tratamientos para el cuidado del cabello. Esta estrategia integral, que combina crecimiento orgánico con expansión geográfica y fortalecimiento de marca, asegura una penetración sostenible en un mercado en constante evolución.

1.8 Plan de mercadeo

La estrategia de marketing y ventas de Serenum busca posicionar la marca como referente en el cuidado capilar especializado para personas con cuero cabelludo graso y seco, dos de las condiciones más frecuentes detectadas en las validaciones iniciales. El plan se fundamenta en la personalización de los tratamientos, la asistencia profesional de tricólogos y la implementación de protocolos diferenciados que respondan a las necesidades de cada tipo de cliente. De esta manera, Serenum no solo ofrecerá soluciones visibles y efectivas, sino que también construirá una experiencia integral de bienestar capilar que fortalezca la confianza, fomente la fidelización y consolide un posicionamiento sólido en el mercado.

En el primer año de funcionamiento, la estrategia de Serenum se orientará al crecimiento intensivo mediante la penetración de mercado. El enfoque estará en atraer y fidelizar clientes que presentan cuero cabelludo graso, condición muy común tanto en jóvenes como en adultos que buscan soluciones profesionales y seguras para mejorar la salud capilar. La propuesta de valor estará basada en la personalización de los tratamientos, combinando diagnóstico especializado y planes diferenciados: para el cuero cabelludo graso, técnicas que controlen el exceso de sebo, promuevan frescura y limpieza profunda; y para el cuero cabelludo seco, procedimientos que aporten hidratación, reparación y nutrición intensiva. Durante los primeros meses se ofrecerá un diagnóstico gratuito como incentivo de entrada para generar confianza en la marca y captar a los primeros clientes.

En 2027, se ampliará la oferta hacia tratamientos para cuero cabelludo seco, integrando protocolos de hidratación, revitalización y nutrición profunda. Esta ampliación permitirá captar un público más amplio, fortaleciendo la percepción de Serenum como un centro especializado en salud capilar integral.

En cuanto a la política de precios, durante 2026 se aplicará una estrategia de penetración, estableciendo tarifas aproximadamente un 20% más accesibles que las de la competencia premium local, con el fin de incentivar la prueba del servicio sin perder la percepción de calidad y profesionalismo. A partir de 2027 se realizarán incrementos graduales respaldados en indicadores de satisfacción y fidelización. Para ello se implementará un sistema de medición mediante el Net Promoter Score (NPS) y la tasa de retención de clientes, de modo que, en la medida en que se logre un NPS superior al 70% y una retención anual por encima del 60%, se autoricen aumentos de precios cercanos al 5% anual. Esto permitirá que el crecimiento del negocio sea sostenible y directamente vinculado a la calidad del servicio y a la experiencia del cliente.

Tabla 3*Precios por servicio serenum*

Servicio / Experiencia	Cabello corto (≤ 20 cm)	Cabello medio (21 – 35 cm)	Cabello largo (36 – 50 cm)	Cabello extralargo (51-70 cm)
Diagnóstico capilar	\$148.000	\$148.000	\$148.000	\$148.000
Regulación y ligereza (fibra fina)	\$76.000	\$101.000	\$121.000	\$149.000
Control y fuerza (fibra gruesa)	\$80.000	\$102.000	\$125.000	\$153.000
Recuperación intensiva (fibra teñida/dañada)	\$107.000	\$139.000	\$170.000	\$204.000
Energía y definición (fibra rizada/ondulada)	\$75.000	\$97.000	\$119.000	\$147.000
Purificación (fibra mixta)	\$97.000	\$120.000	\$144.000	\$185.000

Fuente: Elaboración propia

La distribución de los servicios en el primer año se centrará en una sede física ubicada en Cali, donde los usuarios podrán acceder a consultas, limpiezas profundas, masajes y terapias capilares. Adicionalmente, se establecerán convenios con universidades, empresas y entidades de bienestar como Comfandi o Previser, que faciliten el acceso a nuevos clientes mediante jornadas de salud capilar y programas corporativos. De manera complementaria, se utilizarán canales digitales como Instagram, TikTok y Google Ads, diseñados para captar usuarios que buscan soluciones específicas a problemas de cuero cabelludo. La atención digital se reforzará con un sistema de contacto vía WhatsApp y una página web con formularios de diagnóstico preliminar, lo cual permitirá agilizar el proceso de citas y mantener un canal cercano con los clientes.

La promoción durante 2026 se enfocará en campañas educativas sobre el cuidado capilar de acuerdo con el tipo de cuero cabelludo, transmitidas mediante videos cortos y testimonios reales en redes sociales. También se realizarán activaciones en universidades, ferias de salud y espacios comunitarios, complementadas con estrategias de referidos que premien a los clientes que recomienden el servicio. El presupuesto de mercadeo para este primer año corresponderá al 10% de las ventas proyectadas, distribuidas en un 50% para marketing digital, 25% para activaciones presenciales, 15% para promociones de entrada y 10% para el fortalecimiento de la atención digital y operativa.

En 2028, la estrategia de Serenum se centrará en la expansión de la marca con la apertura de una segunda sede en Cali, con el fin de fortalecer la cobertura en el mercado local, donde las campañas de comunicación irán de la mano con la confianza, los resultados visibles y la atención personalizada post-tratamiento; posteriormente, en 2029, la empresa priorizará la expansión nacional mediante la apertura de una nueva sede en Bogotá, consolidando así su posicionamiento como líder en servicios de bienestar capilar especializado en Colombia.

2. Análisis técnico

En el siguiente apartado se detallan los procesos operativos y técnicos que sustentan la prestación de servicios de Serenum Hair Spa, garantizando una experiencia integral para el cliente. Se describe el flujo completo desde el registro de datos hasta la aplicación del tratamiento y el seguimiento post-terapia, con énfasis en la precisión diagnóstica mediante tecnología no invasiva. Se presentan los proveedores estratégicos seleccionados por su alineación con los valores técnicos y éticos de la propuesta, incluyendo condiciones de negociación favorables. Se especifican los requerimientos de infraestructura, equipos especializados y materiales necesarios para la operación, con un plan de inversiones detallado. Se incluye la distribución física del espacio, optimizando cada área para la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. Se presenta el diseño del sitio web y app móvil como canales complementarios de interacción con el cliente. Se detalla la política de inventario y gestión de consumos, adaptada a la estacionalidad del mercado. Este análisis técnico demuestra la viabilidad operativa del modelo de negocio y su capacidad para entregar el valor prometido a los clientes.

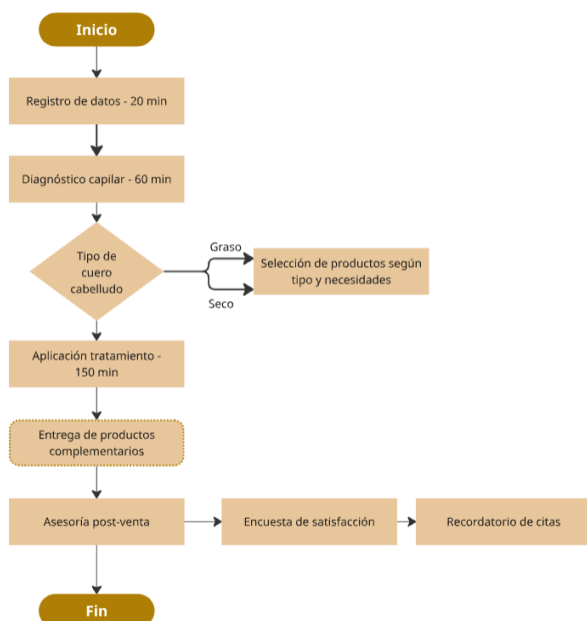
2.1 Procesos productivos o de prestación del servicio

El proceso productivo y de prestación del servicio en Serenum se estructura para garantizar una experiencia integral centrada en la salud capilar y el bienestar emocional de los clientes, alineándose con las necesidades específicas de los segmentos objetivo. Inicia con el registro de datos (20 minutos), donde se recopilan antecedentes médicos, hábitos capilares, alimentación, rutina y expectativas del cliente, seguido de un diagnóstico capilar integral (60 minutos) realizado por un tricoterapeuta especializado, utilizando herramientas como el capilógrafo para identificar el tipo de cuero cabelludo (graso o seco) y sus causas subyacentes. Basado en este análisis, se seleccionan productos personalizados (ej: shampoos, serums, tónicos) que combinen control de grasa, nutrición y prevención de caída.

La aplicación del tratamiento (150 minutos) incluye técnicas terapéuticas como limpieza profunda, exfoliación suave y masajes relajantes, ejecutadas por estilistas capacitados que siguen protocolos previamente acordados con el tricoterapeuta. Al finalizar, se entregan productos complementarios (si el cliente los adquiere) para uso domiciliario, junto con una asesoría post-venta que explica su aplicación y beneficios.

Ilustración 1

A. Proceso productivo



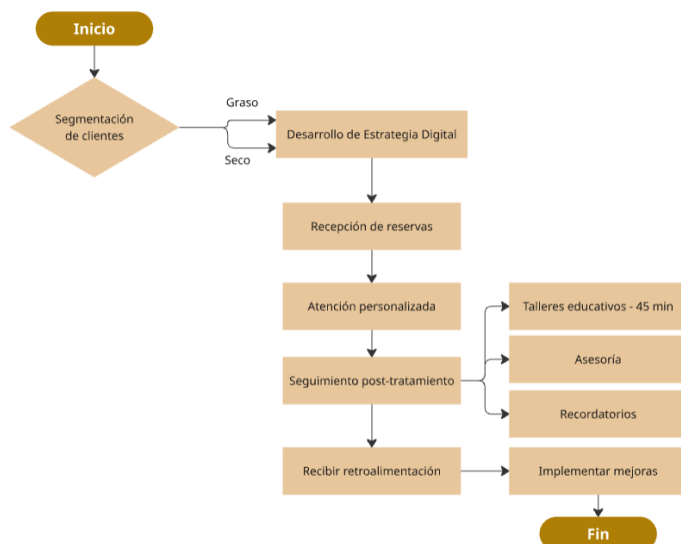
Fuente: Elaboración propia

En paralelo, el proceso comercial comienza con la segmentación de clientes según su tipo de cuero cabelludo, permitiendo diseñar estrategias digitales personalizadas (redes sociales, contenido educativo) que reflejen las preferencias de cada grupo. Las reservas se gestionan mediante nuestra plataforma digital, priorizando la comodidad de un público ocupado. Durante la atención presencial, se ofrece un ambiente acogedor con detalles como el pequeño café wellness.

El seguimiento post-tratamiento incluye talleres educativos de 45 minutos sobre cuidado capilar, autoestima, gestión de emociones, etc. y recordatorios programados para dar continuidad al tratamiento. Finalmente, se reciben retroalimentaciones continuas para ajustar procesos y mejorar la experiencia, cerrando el ciclo con acciones concretas como ajustes en protocolos o capacitaciones adicionales al equipo. Este flujo garantiza no solo la solución técnica de problemas capilares, sino también un impacto emocional positivo, clave para fidelizar a clientes que buscan confianza, resultados duraderos y una experiencia memorable.

Ilustración 2

A. Proceso de comercialización



Fuente: Elaboración propia

2.2 Proveedores

La selección estratégica de proveedores es fundamental para garantizar la calidad y coherencia de los servicios ofrecidos por Serenum, especialmente considerando nuestro enfoque en tratamientos terapéuticos especializados para el cuero cabelludo graso y seco. Entre nuestros proveedores clave destaca Amazonica, seleccionado por su alineación con los valores éticos y técnicos que definen nuestra propuesta de valor. Fue elegido tras la validación realizada con una tricoterapeuta experimentada, quien confirmó su eficacia en la hidratación, nutrición y reparación de hebras, además de su capacidad para balancear el pH del cabello y regenerar su estructura. La condición de negociación con Amazonica incluye un descuento progresivo del 10% al superar las 50 unidades mensuales, lo que se alinea con nuestra proyección de crecimiento y permite optimizar costos a medida que aumenta la demanda de nuestros tratamientos especializados.

Para la aparatología esencial, hemos establecido alianzas con proveedores especializados en equipos tricológicos que cumplen con los estándares técnicos requeridos o. Estos incluyen elementos críticos para la evaluación precisa y tratamiento efectivo de los diferentes tipos de cuero cabelludo. Las condiciones de negociación con estos proveedores incluyen garantías extendidas de 3 años y capacitación técnica para nuestro personal, lo que asegura la correcta utilización de los equipos y minimiza tiempos de inactividad. Esta estrategia de selección responde directamente a las necesidades identificadas en nuestros perfiles de cliente, donde la precisión diagnóstica y la tecnología avanzada son factores determinantes en la toma de decisiones de compra.

En cuanto a la cafetería wellness que complementa nuestra experiencia integral, hemos optado por una alianza con un café de la ciudad bajo un esquema de tercerización, lo que nos permite ofrecer infusiones artesanales y bebidas funcionales sin requerir una inversión inicial significativa en equipos y capacitación. Esta decisión estratégica fue validada durante nuestras entrevistas con clientes potenciales, donde los segmentos expresaron especial interés en este espacio como escenario para nuestras charlas "Love Yourself". La condición de negociación con este café incluye el pago de un arrendamiento mensual fijo por el área designada, lo que simplifica nuestra estructura de costos y permite mantener un espacio de calidad para nuestros clientes mientras escalamos el negocio conforme aumenta el flujo de clientes.

Tabla 4

Insumos Serenum

Año de adquisición	Insumo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*
1	Champú detox	Limpieza intensa, acción astringente, contiene menta la cual limpia removiendo la oleosidad sin estropear las hebras y generan una sensación refrescante.	1	\$169.900
1	Champú purificante	Purifica el cuero cabelludo y la fibra de residuos, sudor y grasa para una sensación más fresca y limpia.	1	\$111.000
1	Serum	Serum finalizante, termoprotector, aporta brillo, controla frizz y sella cutícula en los cabellos grasos.	1	\$65.000
1	Acondicionador	Nutre, acondiciona y humecta el cabello.	1	\$67.600
1	Tónico	Estimula el crecimiento y fortalece el folículo. Equilibra pH y controla grasa o caspa.	1	\$72.000
1	Ampolleta extracto de ortiga	Regenerador del cuero cabelludo y previene el exceso de grasa y la caspa.	1	\$5.000
1	Shampoo y mascarilla hidratante	Terapia Hidratante Shampoo y Mascarilla. Mantiene la hidratación y el agua en las hebras previniendo el daño causado por agresiones externas.	1	\$269.900
1	Termoprotector líquido	Protege la hebra capilar de agentes ambientales, químicos y mecánicos, reparando y rellenando las áreas dañificadas de las hebras	1	\$49.900
1	Mascarilla reparación intensa	Hidrata, nutre y repara las hebras, balancea el pH del pelo regenerando su estructura, rellena las capas lipídicas de la hebra restaurándolas al instante, forma un blindaje que las protege de agresiones externas futuras.	1	\$49.000
1	Ampolleta instant repair	Regenera el pelo altamente maltratado y sensibilizado por daños mecánicos o químicos. Llega a la corteza de hebra capilar logrando que el pelo recupere de manera instantánea el daño en los puentes Disulfuro. Repone las capas lipídicas perdidas en el pelo seco y con puntas dañadas, reconstruye y rellena las cutículas.	1	\$39.000
1	Oleo reparador	Nutre, hidrata y fortalece el pelo; forma una película protectora alrededor de las hebras dejándolas con suavidad duradera, brillo intenso, sin frizz, sin residuos que lo carguen.	1	\$89.000
1	Arcilla verde	Absorbe y regula el exceso de sebo.	1	\$36.900
1	Arcilla blanca	Purifica, nutre, calma la irritación del cuero cabelludo y ayuda a regular el exceso de grasa.	1	\$19.900
1	Aloe vera en polvo	Hidrata, fortalece, aporta brillo, combate la caspa y ayuda a regular la grasa del cuero cabelludo, además de estimular la salud folicular y el crecimiento del cabello al nutrirlo con vitaminas y minerales.	1	\$74.800

1	Romero en polvo	Estimula el crecimiento, fortalece las raíces y reduce la caída del cabello.	1	\$27.400
1	Centella asiática	Para el tratamiento del eczema y la psoriasis, por su poder depurativo y cicatrizante.	1	\$16.900
1	Flor de jamaica	Protege el pelo de los radicales libres del medio ambiente. Restaura el ph natural del cuero cabelludo.	1	\$29.900
1	Cola de caballo	Propiedad antiséptica y antiinflamatoria.	1	\$6.900
1	Fenogreco en polvo	Antiinflamatorio, reduce la irritación del cuero cabelludo. Elimina los radicales libres. Reduce el enrojecimiento y la picazón. Reduce la caspa y mejora el crecimiento del pelo Es astringente, hidratante y emoliente.	1	\$14.900
1	Jengibre en polvo	Favorece el crecimiento del pelo al mejorar el flujo sanguíneo. Estimula la circulación, cicatrizante. Antiséptico. Mitiga la picazón del cuero cabelludo y reduce la caída del pelo.	1	\$26.900
1	Arcilla rosa	Absorbe el exceso de sebo sin irritar el cuero cabelludo sensible.	1	\$36.900
1	Arcilla bentonita	Exfolia y limpia profundamente el cuero cabelludo. Ayuda a tratar algunas dermatitis y descamación del cuero cabelludo. Por su alto contenido de minerales, acondiciona la piel y los folículos pilosos.	1	\$37.900

Fuente: Elaboración propia

2.3 Plan de inversiones

El plan de inversiones inicial para Serenum refleja una estrategia cuidadosamente diseñada que combina tecnología avanzada, productos especializados y un ambiente acogedor para ofrecer tratamientos terapéuticos diferenciados para el cuero cabelludo graso y seco, alineándose con la propuesta de valor basada en eficacia comprobada, multifuncionalidad y resultados duraderos. Esta inversión inicial, se distribuye estratégicamente en cuatro categorías fundamentales: aparatología especializada, mobiliario funcional, insumos premium y elementos de soporte, todos seleccionados para garantizar la calidad técnica de los protocolos con ingredientes activos como ácido salicílico y niacinamida, mientras se crea una experiencia integral que responda a las necesidades específicas de nuestros dos segmentos objetivo: adolescentes/jóvenes adultos y adultos conscientes.

Tabla 5

Plan de inversiones

Tipo de Activo	Año de adquisición	Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*
Infraestructura – Adecuaciones	1	Iluminación techo	Luminarias de techo	4	\$103.280
	1	Iluminación Led	Tiras y bombillos LED de bajo consumo	20	\$2.066
	1	Baldosas	Cada baldosa de 30 x 30 cm	8900	\$7.000
	1	Pintura	Muros, techos y fachadas del local. Cantidad en cuartos.	23	\$70.000
	1	Aire acondicionado	Climatización del local	2	\$3.300.000
	1	Instalación hidráulica	Tuberías, desagües, lavacabezas, lavamanos	1	\$200.000
	1	Instalación eléctrica	Cableado, tomas, tablero de control, puntos de energía	1	\$180.000

	1	Instalación de gas	Tuberías, válvulas, medidor, puntos de conexión	1	\$60.000
Maquinaria y Equipo	1	Capilógrafo	Aparotología de diagnóstico capilar	1	\$364.979
	1	Masajeador de cuero cabelludo		4	\$318.360
	1	Vaporizador LED	Abre las cutículas del cabello para una mejor absorción de los productos.	4	\$1.381.517
	1	Secador	Secado y estilizado del cabello.	4	\$45.300
	1	Spa Capilar	Incluye lavacabezas, asiento ergonómico y sistema de agua	1	\$1.198.042
Muebles y Enseres y otros	1	Espejos	Instalados en estaciones de secado del cabello	4	\$136.499
	1	Carrito Organizador	Organizador de herramientas.	1	\$147.100
	1	Estantería	Organizador de productos.	2	\$310.000
	1	Perchero	Estructura fija o móvil para colgar prendas, bolsos o accesorios de clientes y personal.	4	\$53.400
	1	Muebles recepción	Conjunto de sillas y sofás ubicados en la sala de espera	2	\$248.000
	1	Mueble curvo recepción	Mostrador de diseño curvo para la zona de recepción y café	2	\$670.000
	1	Difusor de aroma	Dispositivo eléctrico o manual para la dispersión de esencias aromáticas	2	\$169.400
	1	Gorro térmico	Para tratamientos capilares, mejora la absorción de productos	700	\$700
Otros (incluido herramientas)	1	Toallas	Destinados al secado del cabello y uso general en tratamientos capilares	4000	\$11,94
	1	Guantes	Elementos de protección para el personal	2000	\$82,63
	1	Diadema	Para recoger el cabello	100	\$3.222
	1	Antifaz	Accesorio para brindar relajación al cliente	10	\$53.000
	1	Kit de peines profesionales	Peines de diferentes tipos (ancho, fino, de corte, desenredante) para el trabajo capilar profesional	10	\$3.280
	1	Pinzas	Accesorios de sujeción para dividir y organizar el cabello	60	\$1.148
	1	Kit de primeros auxilios	Insumos básicos médicos	2	\$191.500
	1	Extintor	Equipo de seguridad contra incendios	2	\$74.800

Fuente: Elaboración propia

2.4 Distribución de planta/oficinas y de equipos

Nuestro spa se ubicará estratégicamente en el Barrio Santa Mónica, una zona residencial de prestigio en Cali reconocida por su alta concentración de centros médicos, clínicas especializadas y establecimientos de estética. Esta ubicación fue seleccionada cuidadosamente por su excelente accesibilidad, encontrándose cerca de vías principales como la Avenida 4N y la Carrera 15, lo que facilita el acceso desde cualquier parte de la ciudad. La zona cuenta con abundantes parqueaderos privados y públicos que garantizan comodidad tanto para los clientes como para el personal, además de ofrecer proximidad a farmacias, laboratorios y consultorios médicos, lo que abre oportunidades para futuras alianzas con profesionales de la salud. La elección de esta ubicación responde directamente a nuestro enfoque de posicionamiento como referente en salud capilar especializada, aprovechando el ecosistema médico-estético ya consolidado en la zona.

El primer piso, con un área total de 80 m², está diseñado específicamente para la atención directa de los clientes y cuenta con una distribución que prioriza la experiencia del usuario. Al

ingresar, los clientes son recibidos en una zona de recepción y espera cuidadosamente diseñada para transmitir calma y profesionalismo, con mobiliario ergonómico, mesas informativas y un pequeño café que ofrece agua e infusiones, elementos que responden a las necesidades de bienestar integral identificadas en nuestros perfiles de cliente. La iluminación LED cálida y el aire acondicionado crean un ambiente acogedor que facilita la desconexión del estrés cotidiano. El área principal consta de cuatro cabinas individuales, cada una equipada con sillones reclinables ajustables, lavabos integrados y espejos amplios con iluminación LED regulable, permitiendo una evaluación detallada del cuero cabelludo. Estas cabinas cuentan con sistemas especializados de agua caliente y fría en los lavabos, drenaje adecuado para productos químicos y almacenamiento bajo mesadas para insumos, elementos esenciales para garantizar la eficacia de los tratamientos terapéuticos especializados que ofrecemos. Se dispone de lavamanos y sanitarios, contruidos con azulejos antideslizantes y secadores de manos automáticos. Además, un almacén de insumos permite almacenar de manera organizada los champús terapéuticos, serums reguladores, etc. necesarios para los tratamientos, incluyendo un refrigerador para productos sensibles a la temperatura.

Imagen 4

Distribución primer piso



Fuente: Elaboración propia

El segundo piso, corresponde a un espacio subarrendado, diseñado para ofrecer una experiencia integral de bienestar que complementa nuestros tratamientos especializados a través de nuestro innovador Café Wellness. Este espacio fue diseñado meticulosamente para convertirse en un refugio de tranquilidad donde los clientes pueden prolongar su experiencia de cuidado personal durante/después de sus tratamientos. El ambiente cuenta con una iluminación tenue y cálida, muebles ergonómicos de diseño minimalista y una paleta de colores suaves que promueven la relajación. El corazón del espacio es una barra especializada que ofrece infusiones artesanales, téis funcionales y bebidas saludables. Este espacio sirve como escenario para nuestras

charlas "Love Yourself", donde se fomenta la autoestima y el autocuidado en un ambiente informal y acogedor. Por otro lado, aquí se encuentran las oficinas administrativas donde los socios y el personal realizan la gestión diaria, en espacios equipados con escritorios ergonómicos, computadores y sistemas de almacenamiento para documentos. Una pequeña sala de reuniones facilita las capacitaciones periódicas del personal, esenciales para mantener el alto nivel de especialización que nuestros clientes valoran.

Imagen 5

Distribución segundo piso



Fuente: Elaboración propia

2.5 Boceto gráfico de website+app móvil

El boceto gráfico del sitio web para Serenum refleja fielmente la propuesta de valor y los perfiles de cliente identificados en el análisis inicial, integrando los avances técnicos derivados de las validaciones realizadas con expertos en el campo.

Visualmente, el sitio web presenta una paleta de colores suaves y profesionales que transmiten calma y profesionalismo, con tonos neutros que evocan confianza y bienestar, alineados con la experiencia acogedora que ofrecemos en nuestro spa. La página de inicio destaca con una imagen de alta calidad que muestra nuestro espacio físico, comunicando inmediatamente la esencia del negocio: un ambiente profesional pero relajado donde la salud capilar es prioridad. El diseño es minimalista pero funcional, con una navegación intuitiva que guía al usuario hacia las secciones más relevantes.

Imagen 6

Página inicio sitio web



Fuente: Elaboración propia

El sistema de reservas en línea, una de las funcionalidades técnicas más avanzadas del sitio, permite a los usuarios seleccionar el tipo de servicio, horario disponible y especialista preferido, con recordatorios automáticos vía WhatsApp que refuerzan la experiencia del cliente. La sección de "Nuestro Café Wellness" muestra visualmente el espacio del segundo piso, destacando las charlas "Love Yourself", elementos que refuerzan la experiencia integral que prometemos. Además, el sitio cuenta con un blog actualizado regularmente con contenido creado en colaboración con nuestro tricoterapeuta, donde se explican los avances científicos en tricología y cómo se traducen en nuestros protocolos de tratamiento, reforzando nuestra posición como referente especializado en salud capilar.

Imagen 7

Sitio web Serenum



Fuente: Elaboración propia

Nuestra primera validación técnica se realizó mediante una consulta especializada con una tricoterapeuta con experiencia comprobada en el manejo de un spa capilar. Durante esta sesión, profundizamos en las particularidades de los diferentes tipos de cuero cabelludo (graso, seco, mixto y sensible), recibiendo orientación precisa sobre los ingredientes y protocolos adecuados para cada condición, así como aquellos que podrían resultar contraproducentes. Esta experta no solo resolvió nuestras dudas técnicas fundamentales, sino que también contribuyó con valiosas recomendaciones sobre la estructura de servicios, la secuencia de tratamientos y la selección de productos especializados, permitiéndonos diseñar protocolos alineados con las necesidades específicas identificadas en nuestros perfiles de cliente. Este proceso de validación fue esencial para garantizar que nuestras propuestas de valor fueran técnicamente sólidas y respondieran a las frustraciones reales de los usuarios.

2.6 Costos y gastos

El plan de compras y consumos unitarios proyectado para Serenum se estructura en función de la demanda estimada según el análisis de mercado, la estacionalidad y las metas de crecimiento definidas en el modelo de negocio. Para el primer año, con una proyección de 311 servicios mensuales (en promedio), se establece un inventario estratégico que garantice la disponibilidad de insumos sin generar sobrestock. Los materiales críticos, como champús terapéuticos, tónicos exfoliantes y serums reguladores de sebo, se adquieren bajo contratos con proveedores certificados (ej.: Amazonica, Naturense), asegurando calidad y precios competitivos. La política de inventario se divide en tres categorías:

- **Materia prima:** Insumos básicos como aceites esenciales y productos naturales se mantienen en stock para cubrir 30 días de operación.
- **Producto terminado:** Champús y mascarillas listas para se almacenan para responder a fluctuaciones imprevistas en la demanda.
- **Proceso:** Herramientas desechables (guantes, toallas) se reponen en cada servicio para evitar obsolescencia.

Los costos operativos se dividen en variables y fijos. Por ejemplo, cada servicio de "Experiencia Regulación y Ligereza" requiere \$15.161 COP en insumos, mientras que los gastos fijos ascienden a \$525.559.793 COP anuales en 2026, incluyendo salarios y mantenimiento de equipos tricológicos. La estacionalidad se refleja en ajustes trimestrales: durante junio-julio, se incrementa el stock de productos hidratantes (ej.: Aloe vera en polvo a \$74.800 COP por medio kilo) para responder a la mayor demanda.

Tabla 6
Costos y gastos Serenum

	ANÁLISIS DE COSTOS			
	2.026	2.027	2.028	2.029
Costos/Gastos Fijos				
Nómina	355.337.480	493.697.673	968.183.490	1.535.773.387
Gastos de operación	98.822.425	106.038.140	191.333.502	539.984.740
Gastos de Administración y ventas	14.561.496	15.459.096	17.750.219	20.025.960
Gastos preoperativos (Diferidos)	77.300.000	0	0	0
Total Costos/Gastos fijos	546.021.400	615.194.909	1.177.267.211	2.095.784.088
Costos Variables				
Costos variables (sin impuestos)	104.393.714	168.486.085	336.384.856	571.062.218
Gastos de Operación	78.391.417	146.392.978	309.636.289	592.902.464
Gastos de Administración	67.808.576	146.392.978	309.636.289	592.902.464
Total costos variables	250.593.706	461.272.042	955.657.435	1.756.867.145
Costo total	796.615.107	1.076.466.951	2.132.924.646	3.852.651.233
Numero productos o servicios	4.044	6.451	11.614	18.580
Costo Promedio producto o servicio promedio	196.987	166.868	183.648	207.351
Costo variable unitario promedio	61.967	71.504	82.284	94.555
Precio Promedio Unitario (Sin Iva)	161.539	189.109	222.168	265.919
Margen Unitario Promedio	99.572	117.605	139.884	171.363
Punto de Equilibrio	5.484	5.232	8.417	12.231
Costo total desembolsable	714.250.378	1.071.402.222	2.125.836.790	3.841.158.677
Costo promedio desembolsable	176.620	166.083	183.038	206.733
Cumplimiento del punto de equilibrio	74%	123%	138%	152%
Colchon de Efectivo	22.750.892	25.633.121	49.052.800	87.324.337

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7
Consumos y Costos Unitarios

	CONSUMOS Y COSTOS UNITARIOS											Arriendo
	Consulta/Diagnóstico capilar	Experiencia Regulación y Igneza (Promedio)	Experiencia Control y Fuerza (Promedio)	Experiencia Purificación (Promedio)	Experiencia Energía y Definición (Promedio)	Experiencia Recuperación Intensiva (Promedio)	Experiencia Hidratación Profunda (Promedio)	Experiencia Nutrición Reparadora (Promedio)	Experiencia Revitalización (Promedio)	Experiencia Definición Hidratante (Promedio)	Experiencia Equilibrio Dual (Promedio)	
Precio de Venta	148.000	139.607	143.700	153.879	136.960	161.409	130.622	168.721	256.760	137.700	192.943	3.500.000
Costo variable Unitario	831	23.168	23.823	31.852	22.745	28.118	8.668	10.954	17.385	14.601	52.405	3.400.000
Margen de Contribución Unitario	147.168.93	116.438.92	119.876.84	162.027.10	114.215.07	133.290.97	121.953.29	157.766.25	239.375.08	123.098.63	140.538.90	100.000
% Contribución Marginal Unitario	99%	83%	83%	84%	83%	83%	93%	94%	93%	89%	73%	3%

Fuente: Elaboración propia

3. Análisis administrativo

Este apartado presenta la estructura organizacional y administrativa diseñada para garantizar una operación eficiente y alineada con los objetivos estratégicos de Serenum Hair Spa. Se definen con claridad los perfiles profesionales requeridos para cada rol, especificando formación, experiencia y funciones clave necesarias para mantener la calidad y coherencia en la prestación de servicios. Se describe la estructura organizacional que combina roles clave en operaciones, marketing y servicios técnicos, con capacidad para escalar conforme al plan de expansión. Se incluye la proyección de nómina para los primeros cuatro años, considerando la evolución del equipo desde la operación inicial hasta la apertura de nuevas sedes. Se detalla el presupuesto administrativo y las proyecciones salariales, alineadas con las necesidades operativas y la estrategia de crecimiento. Se identifican los socios clave que contribuyen a la deseabilidad, factibilidad y viabilidad del negocio. Este análisis administrativo refleja una planificación cuidadosa que permite replicar exitosamente el modelo de negocio en nuevas ubicaciones, manteniendo la esencia acogedora y profesional que define a Serenum.

3.1 El perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige.

La definición precisa de los perfiles profesionales para cada rol en Serenum es fundamental para garantizar la coherencia en la calidad de los servicios y la experiencia del cliente a lo largo de nuestro plan de expansión geográfica. Con la apertura prevista de una segunda sucursal en Cali para 2028 y la posterior expansión en otras ciudades para 2029, es esencial establecer estándares claros de competencias, formación y experiencia que permitan replicar exitosamente nuestro modelo de negocio en nuevas ubicaciones. Estos perfiles no solo aseguran la consistencia en la aplicación de nuestros protocolos tricológicos especializados, sino que también facilitan la identificación de talento adecuado para cada etapa de crecimiento, desde la operación inicial con 4 estilistas hasta la gestión de múltiples sucursales.

Tabla 8

Perfil del equipo empresarial

Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido		
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia específica (años)
Directora de Operaciones y Experiencia del Cliente	- Gestión operativa diaria del spa. - Gestión de personal. - Supervisión de la calidad en la prestación de servicios. - Gestión de inventario de productos y aparatología. - Desarrollo del sistema de membresías y programas de fidelización. - Supervisión de la experiencia del cliente en todas sus etapas.	Administración de Empresas		
Directora de Estrategia Comercial y Marketing	- Estrategia de marketing digital y presencial. - Desarrollo de la identidad de marca y posicionamiento. - Gestión de redes sociales y contenido educativo. - Campañas de captación de clientes. - Diseño de estrategias de precios y promociones. - Análisis de mercado y tendencias del sector. - Desarrollo de alianzas estratégicas. - Gestión de estrategia de comunicación.	Mercadeo y Publicidad		
Tricoterapeuta	- Realizar evaluaciones tricológicas iniciales a todos los clientes mediante herramientas especializadas. - Diagnosticar con precisión las condiciones del cuero cabelludo y determinar causas subyacentes. - Diseñar protocolos de tratamiento personalizados basados en evidencia científica y adaptados a las necesidades específicas de cada cliente. - Supervisar la correcta aplicación de los tratamientos por parte del personal de estilistas. - Actualizar continuamente los protocolos según avances científicos y retroalimentación de resultados. - Realizar seguimiento a casos complejos y evaluar resultados a mediano plazo.	Profesional de la peluquería con especialización en Tricología	3	3
Jefe de estilistas	- Gestionar horarios y asignación de clientes según especialidad y carga de trabajo. - Mantener estándares de servicio y experiencia del cliente acordes con la propuesta de valor de Serenum. - Implementar el sistema de gestión de calidad en el área operativa. - Realizar evaluaciones de desempeño al personal de estilistas.	Título en Estética Capilar, Cosmetología o equivalent	5	2

	- Recopilar y analizar feedback de los clientes para proponer mejoras. - Revisar el inventario de productos de uso diario y reportar necesidades a la dirección.	Certificación en tricología básica o cursos especializados en salud capilar.		
Estilista (Técnico capilar)	- Realizar tratamientos según los protocolos establecidos para cada tipo de cuero cabelludo. - Atender a los clientes con enfoque en bienestar y experiencia positiva. - Documentar observaciones y progresos de cada cliente en el sistema de historiales. - Mantener el área de trabajo limpia, organizada y en condiciones higiénicas. - Participar en capacitaciones periódicas para mejorar habilidades técnicas. - Recomendar productos complementarios según necesidades del cliente. - Colaborar en la creación de un ambiente acogedor y profesional. - Reportar al jefe de estilistas cualquier observación relevante sobre la condición del cuero cabelludo del cliente.	- Título en Estética Capilar, Cosmetología o equivalente. - Especialización en Tricología - Certificación en cuidado capilar especializado.	2	2
Auxiliar Administrativo	- Gestionar reservas y horarios mediante la plataforma digital de citas. - Atender a los clientes en la recepción con amabilidad y profesionalismo. - Manejar pagos, facturación y registros contables básicos. - Mantener actualizada la base de datos de clientes y sus historiales. - Atender consultas por teléfono, WhatsApp y correos electrónicos. - Apoyar en la elaboración de reportes administrativos y financieros básicos. - Coordinar con el equipo operativo para garantizar la disponibilidad de recursos.	Técnico o Tecnólogo en Administración de Empresas o auxiliar administrativo.	1	1
Gerente de Sucursal	- Supervisar la operación diaria del spa y garantizar el cumplimiento de estándares de calidad. - Gestionar el presupuesto de la sucursal y controlar gastos e ingresos. - Evaluar el desempeño del personal y gestionar procesos de desarrollo. - Implementar estrategias de marketing local y promociones. - Analizar indicadores clave de desempeño. - Gestionar relaciones con clientes importantes y resolver incidencias complejas. - Coordinar con la sede principal en la implementación de políticas y estrategias. - Reportar novedades periódicamente a la sede. - Identificar oportunidades de mejora en procesos y servicios. - Supervisar la gestión de inventario y relaciones con proveedores locales. - Asegurar el cumplimiento de normas de seguridad e higiene.	Profesional en Administración de Empresas, Marketing o afín.	3	3

Fuente: Elaboración propia

3.2 La estructura organizacional

La estructura organizacional de Serenum está diseñada para garantizar una operación eficiente y alineada con los objetivos estratégicos del negocio, combinando roles clave en operaciones, marketing y servicios técnicos, mientras integra colaboración transversal y proyecciones de crecimiento a mediano plazo. En la cúspide se encuentran dos figuras fundamentales: la directora de Operaciones y Experiencia del Cliente, responsable de la gestión diaria, calidad de servicios y bienestar del equipo, y la directora de Estrategia Comercial y

Marketing, enfocada en posicionamiento de marca, expansión geográfica y generación de ingresos.

En el siguiente nivel se encuentran los Tricoterapeutas (encargados de protocolos técnicos), el jefe de Estilistas (supervisión de tratamientos) y el Auxiliar Administrativo (gestión logística y soporte). Estos roles colaboran estrechamente con los Estilistas, quienes aplican los tratamientos personalizados en primera línea. Paralelamente, los Servicios Tercerizados (abogado, contador, RR.HH.) actúan como apoyo externo para cumplir con obligaciones legales y financieras, sin generar sobrecarga operativa interna.

En la proyección a tres años, se incluye la figura del Gerente de Sucursal, quien liderará nuevas ubicaciones físicas y contará con su propio equipo: un Auxiliar Administrativo, Tricoterapeutas asociados y un jefe de Estilistas adaptados a cada local. Esta estructura flexible permite escalar operaciones sin perder la esencia acogedora y profesional que define a Serenum, mientras integra capacidades técnicas y comerciales para responder a las necesidades de nuestros segmentos objetivo.

Ilustración 3

Organigrama Serenum



Fuente: Elaboración propia

3.3 Presupuesto y la proyección de nómina

El presupuesto y proyección de nómina para Serenum se estructura teniendo en cuenta las necesidades operativas y la estrategia de expansión, alineándose con el organigrama y las funciones clave definidas del spa. Para el periodo 2026-2029, el equipo se organiza en dos categorías: tiempo completo y medio tiempo, adaptándose a la estacionalidad de la demanda y a la capacidad operativa proyectada. En 2026, el equipo inicial consta de 4 estilistas en total (2 a tiempo completo y 2 a medio tiempo); para 2027, el equipo se expande a 6 estilistas en total (3 tiempo completo + 3 medio tiempo), manteniendo los mismos puestos clave a tiempo completo. En 2028, con la apertura de la segunda sucursal en Cali, el equipo de estilistas se duplica a 12 en total (6 tiempo completo + 6 medio tiempo). Finalmente, para 2029, se proyecta un equipo de 18 estilistas (9 tiempo completo + 9 medio tiempo) para atender la nueva sucursal en Bogotá. Esta estructura permite optimizar costos operativos durante los meses de menor demanda (febrero,

diciembre), manteniendo flexibilidad para escalar la capacidad en picos estacionales (junio-agosto).

- La directora de Operaciones y Experiencia del Cliente y la directora de Estrategia Comercial y Marketing reciben un salario mensual de \$3.500.000 cada una, roles críticos para la gestión diaria y el posicionamiento de marca, respectivamente.
- Los Tricoterapeutas, figura técnica fundamental para la calidad de los tratamientos, perciben \$3.500.000 mensuales c/u.
- La jefa de Estilistas tiene un salario de \$2.200.000, encargada de supervisar la ejecución de los protocolos.
- Las Estilistas —pilar operativo del negocio— tienen un salario mensual de \$1.700.000.
- El Auxiliar Administrativo, responsable de tareas logísticas y soporte, recibe \$1.700.000.

Esta estructura inicial garantiza cobertura en áreas críticas como diagnóstico, tratamiento, marketing y administración, con un costo total de nómina de \$84.899.466 para los cuatros años iniciales.

Para tareas especializadas o de soporte temporal, se contratan servicios externos bajo regímenes de prestación de servicios, con dedicación parcial y contratos flexibles:

- Asesoría Legal: \$133.333 mensuales.
- Asesoría Contable: \$1.000.000 mensuales.
- Recursos Humanos: \$133.333 mensuales.
- Oficios Varios: \$1.500.000 mensuales.

Estos servicios externos permiten optimizar costos y acceder a expertise especializada sin generar sobrecarga operativa inicial.

Tabla 9

Proyección de nómina

Cargo	Salario mensual	Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Mes y año de vinculación
Directora de Operaciones y Experiencia del Cliente	3.500.000	Nómina	Tiempo Completo	Enero 2026
Directora de Estrategia Comercial y Marketing	3.500.000	Nómina	Tiempo Completo	Enero 2026
Tricoterapeuta	3.500.000	Nómina	Tiempo Completo	Enero 2026
Jefe de estilistas	2.200.000	Nómina	Tiempo Completo	Enero 2026
Estilista	1.700.000	Nómina	Tiempo Completo	Enero 2026
Auxiliar Administrativo	1.700.000	Nómina	Tiempo Completo	Enero 2026
Asesoría legal	133.333	Prestación de servicios	Tiempo Parcial	Enero 2026

Asesoría contable	1.000.000	Prestación de servicios	Tiempo Parcial	Enero 2026
Recursos humanos	133.333	Prestación de servicios	Tiempo Parcial	Enero 2026
Oficios varios	1.500.000	Prestación de servicios	Tiempo Parcial	Enero 2026
Gerente de sucursal	2.800.000	Nómina	Tiempo Completo	Enero 2028

Fuente: Elaboración propia

3.4 Socios clave

Los socios clave de Serenum son fundamentales para garantizar la deseabilidad, factibilidad y viabilidad de nuestro modelo de negocio, alineándose con la propuesta de valor centrada en tratamientos terapéuticos especializados para el cuero cabelludo graso y seco. Entre nuestros socios estratégicos destacan los tricólogos y especialistas en salud capilar, cuyo conocimiento técnico es esencial para diseñar protocolos basados en evidencia científica que aborden las necesidades específicas de nuestros segmentos objetivo. Estos profesionales no solo validan la eficacia de nuestros tratamientos con ingredientes activos, sino que también garantizan que nuestros servicios respondan a las frustraciones identificadas en nuestros clientes.

Para ampliar nuestro alcance y construir credibilidad en el mercado, estableceremos convenios estratégicos con universidades locales, empresas y entidades de bienestar como Comfandi o Previser, que nos permitirán acceder a nuevos clientes mediante jornadas de salud capilar y programas corporativos. Estos convenios no solo facilitarán la captación de clientes, sino que también reforzarán nuestra posición como referente en salud capilar especializada, alineándose con la estrategia de posicionamiento que busca combinar profesionalismo con un enfoque en el bienestar integral.

Adicionalmente, contaremos con la colaboración de universidades y centros de investigación para innovar continuamente en nuestros protocolos de tratamiento, asegurando que nuestros servicios se mantengan a la vanguardia de los avances en tricología. Estas alianzas académicas nos permitirán desarrollar soluciones personalizadas que respondan a las necesidades específicas de cada tipo de cuero cabelludo, reforzando la diferenciación de Serenum frente a la competencia. Todos estos socios clave, trabajando en sinergia, contribuyen a la deseabilidad del negocio al asegurar que nuestros servicios resuelvan problemas reales, a la factibilidad mediante el acceso a conocimiento especializado y recursos técnicos, y a la viabilidad al facilitar el crecimiento sostenible y la expansión geográfica planificada para los próximos años.

4. Análisis legal, social y ambiental

Ahora se abordan los aspectos legales, sociales y ambientales que sustentan la operación responsable y sostenible de Serenum Hair Spa. Se explica la elección estratégica de constituirse como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), destacando sus ventajas para el modelo de negocio y los trámites necesarios para su implementación. Se detallan las obligaciones tributarias

y parafiscales, así como el marco regulatorio que debe cumplir el establecimiento, incluyendo requisitos sanitarios y normativas laborales específicas del sector. Se analizan las leyes y resoluciones relevantes que regulan la operación de centros de belleza y el uso de productos cosméticos en Colombia. Se explora el impacto social positivo que Serenum busca generar, especialmente en la mejora de la autoestima de los clientes y la extensión de servicios a comunidades vulnerables. Se examinan las consideraciones ambientales relacionadas con el manejo de residuos químicos y la promoción de prácticas sostenibles. Este análisis integral refleja el compromiso de Serenum con la operación ética, transparente y socialmente responsable, elementos fundamentales para construir confianza y credibilidad en el mercado.

4.1 Tipo de sociedad y trámites de constitución

Serenum se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), figura jurídica regulada por la Ley 1258 de 2008, elegida estratégicamente por sus características que se alinean perfectamente con el modelo de negocio del spa capilar especializado. Esta elección responde a la necesidad de contar con una estructura flexible que permita escalar operaciones conforme al plan de expansión proyectado, mientras se mantiene la sencillez administrativa necesaria para un negocio en etapa inicial. La SAS ofrece como ventaja principal que los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza que tenga la sociedad, con la excepción de cuando la sociedad se utilice para fraudes a terceros o ante la ley, en cuyo caso los socios responden solidariamente por las obligaciones derivadas de tales actos (Artículo 1º y 42 de la Ley 1258 de 2008).

La SAS presenta beneficios adicionales que respaldan su elección: ofrece flexibilidad en la redacción de estatutos para adaptarlos a las necesidades específicas del negocio; y no exige la creación obligatoria del cargo de revisor fiscal si los ingresos no superan 3.000 SMMLV ni los activos 5.000 SMMLV, criterio que se cumple en la etapa inicial de Serenum. Esta estructura se complementa con la posibilidad de operar con hasta 50 trabajadores y activos inferiores a 5.000 SMMLV, parámetros que se alinean con la proyección de crecimiento a tres años. Además, la SAS facilita la participación de socios con diferentes perfiles profesionales, permitiendo definir claramente las funciones y responsabilidades mediante los estatutos sociales, lo cual es esencial para mantener el equilibrio de autoridad entre las dos socias fundadoras con formaciones complementarias.

Para la constitución de Serenum SAS en Cali, Valle del Cauca, se deben realizar los siguientes trámites:

Tabla 10

Trámites de constitución

Tipo de trámite	Organismo encargado	Costo asociado	Tiempo requerido
Documento privado de constitución.	Asesor legal	\$1.500.000	1 día
Matrícula cámara de comercio	Cámara de Comercio de Cali	\$190.000	5 días hábiles
Registro de industria y comercio	Alcaldía	\$150.000	5 días hábiles
NIT y RUT	DIAN	\$0	24 horas
Registro en sistema de pensiones (AFP)	Colpensiones	\$0	5 días hábiles

Registro en sistema de salud (EPS)	Sura	\$0	5 días hábiles
Registro en cajas de compensación familiar	COMFAMILIAR	\$120.000	7 días hábiles
Registro en ARL	Sura	\$350.000	5 días hábiles
Registro en fondo de cesantías	Colfondos	\$100.000	5 días hábiles
Uso de suelo	Alcaldía	\$200.000	10 días hábiles
Registro sanitario de establecimiento	Secretaría de Salud	\$350.000	40 días hábiles

Fuente: Elaboración propia

El proceso completo de constitución, desde la elaboración del documento privado hasta la obtención de todos los registros necesarios, tiene una duración estimada de 60 días calendario. Este marco regulatorio, aunque aparentemente complejo, es fundamental para garantizar la operación legal y segura de Serenum, especialmente considerando la naturaleza especializada de los servicios ofrecidos y la necesidad de generar confianza en los clientes que valoran la profesionalidad y transparencia en los establecimientos de bienestar.

4.2 Obligaciones tributarias y otras obligaciones

Para el correcto funcionamiento de nuestro Spa capilar, es necesario tener una adecuada comprensión y gestión de las obligaciones tributarias, comerciales y laborales. A continuación, detallamos estas obligaciones para garantizar su cumplimiento y así respaldar nuestro enfoque de calidad y eficiencia:

Tabla 11

Obligaciones tributarias

Impuestos y otras obligaciones			
Concepto	Organismo que administra el impuesto u obligación	% de pago	Periodicidad de pago
Impuestos			
Impuesto de renta	DIAN	35%	Anual
Retención en la fuente	DIAN	Variable según el concepto	Mensual
IVA	DIAN	19%	Bimestral
ICA	DIAN	0,4%	Bimestral
Sayco y Acinpro	DNDA	\$300.000	Mensual
Avisos y Tableros	DIAN	\$1.500 x m ²	Anual
Prestaciones sociales			
Cesantías	Fondo Nacional del Ahorro	8,33%	Anual
Interés sobre cesantía	Fondo Nacional del Ahorro	1%	Anual
Prima	Trabajador	8,33%	Semestral
Vacaciones	Trabajador	4,17%	Anual
Parafiscales			
Caja de compensación	Comfandi	4%	Mensual
Seguridad Social			
Pensiones	Colpensiones	12%	Mensual

E.P.S	SURA	8,5%	Mensual
A.R.L	SURA	0,52%	Mensual

Fuente: Elaboración propia

4.3 Reglamentaciones, normativa, leyes, beneficios

En el ámbito legal, Serenum debe cumplir con la Resolución 2263 de 2004 del Ministerio de Salud, que establece el Reglamento Técnico sobre Salubridad de Establecimientos Comerciales, especialmente para salones de belleza y centros estéticos. Este marco exige la obtención del Registro Sanitario de Establecimiento (RSE), proceso que incluye una inspección técnica por la Secretaría de Salud Municipal, capacitación en bioseguridad para todo el personal y protocolos de esterilización y manejo de residuos. El costo asociado es de aproximadamente \$350.00, con un trámite de 30 a 45 días hábiles. Adicionalmente, la Resolución 2117 de 2010 detalla requisitos específicos para la apertura y funcionamiento, como la presentación de planos arquitectónicos aprobados, sistemas de ventilación adecuados y distribución de espacios, mientras que la Ley 711 de 2001 reglamenta el ejercicio de la cosmetología, exigiendo que el personal técnico cuente con titulación y acreditación vigente ante las autoridades competentes. En cuanto a los insumos, la Resolución 2827 de 2006, respaldada por la Decisión 516 de 2002 de la Comunidad Andina, requiere que todos los productos cosméticos (champús, serums, mascarillas) tengan registro ante el INVIMA o estén incluidos en el listado de exentos, garantizando estándares armonizados de calidad y seguridad. La Resolución 3112 de 1998 sobre Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) complementa este marco al exigir que los proveedores de insumos operen bajo protocolos certificados, asegurando la inocuidad de los productos utilizados.

En el ámbito laboral, el Decreto 768 de 2022 clasifica a los salones de belleza en nivel de riesgo 1 (mínimo) dentro del Sistema General de Riesgos Laborales (SGRL), determinando una tarifa de aportes del 0.522% sobre la nómina. Este marco exige la contratación de una Administradora de Riesgos Laborales (ARL), capacitación en ergonomía para prevenir lesiones por movimientos repetitivos (especialmente relevante para estilistas que realizan tratamientos prolongados) y exámenes médicos periódicos. Los costos asociados incluyen \$900.000 anuales en capacitación, \$1.200.000 en exámenes médicos y aportes mensuales a la ARL de aproximadamente \$1.000.000 para un equipo de 6 personas en 2027. Además, el Código Sustantivo del Trabajo establece las bases para contratos laborales, jornadas de trabajo y prestaciones sociales, mientras que la Ley 100 de 1993 exige la afiliación de empleados a una Entidad Promotora de Salud (EPS) y a un fondo de pensiones, con aportes del 8.5% y 12% sobre la nómina, respectivamente, incrementando los costos laborales anuales en \$2,800,000. El Decreto 1072 de 2015 refuerza este marco al exigir la implementación obligatoria del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), con capacitaciones anuales y evaluaciones ergonómicas, con un costo adicional estimado de \$500,000 al año.

La Ley 1429 de 2010 facilita la formalización mediante trámites simplificados en la Cámara de Comercio y beneficios tributarios en los primeros años, como descuentos en impuestos de industria y comercio. Por su parte, la Ley 2069 de 2020 (Ley de Emprendimiento)

promueve la innovación con exenciones en el impuesto de renta para los primeros tres años de operación y acceso a líneas de crédito preferenciales, elementos clave para optimizar la viabilidad financiera del proyecto. En el ámbito de convivencia ciudadana, la Ley 1801 de 2016 establece horarios de operación definidos por las alcaldías (entre 7:00 a.m. y 10:00 p.m.), prohíbe generación de ruido o desechos en vía pública y exige carteles de normas de convivencia, con sanciones de hasta 100 salarios mínimos por incumplimiento.

En el ámbito de protección al consumidor, la Ley 1480 de 2011 y la Ley 1712 de 2014 exigen transparencia en la información de servicios, políticas claras de devolución y garantías, y atención eficaz de reclamaciones. Para Serenum, cuyo modelo se basa en la confianza profesional y emocional, este marco es fundamental para respaldar su propuesta de valor. La Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013 regulan la protección de datos, exigiendo medidas de seguridad para proteger historiales tricológicos y diagnósticos personalizados. En el ámbito ambiental, el Decreto 4741 de 2005 regula el manejo de residuos peligrosos, especialmente los químicos generados por productos capilares, exigiendo clasificación, almacenamiento y disposición final adecuada, con capacitación anual al personal y registros de proveedores autorizados, lo que incrementa los costos operativos en \$300,000 anuales.

4.4 Efectos sociales y ambientales

Serenum está comprometido con generar un impacto social positivo que trasciende la mera prestación de servicios de salud capilar, reconociendo que el cuidado del cuero cabelludo y el cabello tiene una estrecha relación con el bienestar emocional y la autoestima de las personas. Nuestro enfoque integral busca transformar la experiencia de cuidado personal en un proceso de empoderamiento y autoconocimiento. Serenum ofrece no solo soluciones técnicas a problemas como el cuero cabelludo graso, sino también un espacio seguro donde desarrollar una relación saludable con su imagen corporal.

El impacto más significativo se observa en la mejora de la autoestima de nuestros clientes, un aspecto crítico que va más allá de la apariencia física. Según el análisis de perfiles, los clientes valoran especialmente la "eficacia comprobada" de nuestros protocolos con ingredientes activos, que regulan la grasa sin reseca, pero también buscan "resultados duraderos" que les permitan sentirse seguros en situaciones sociales. Este enfoque no solo eleva los estándares profesionales en el sector, sino que también posiciona a Cali como referente en salud capilar especializada, atrayendo clientes de otras regiones y contribuyendo al desarrollo económico local. Además, mediante convenios con universidades y entidades de bienestar, implementamos jornadas de salud capilar gratuitas para comunidades vulnerables, extendiendo nuestro impacto social más allá de los clientes que pueden pagar por nuestros servicios premium.

Para 2028, con la apertura de nuestra segunda sede, nos hemos comprometido en destinar el 5% de las ventas a programas comunitarios de salud capilar, especialmente enfocados en adolescentes en situación de vulnerabilidad que enfrentan problemas como la dermatitis seborreica o la caída del cabello, condiciones que afectan profundamente su autoestima en una etapa crítica de desarrollo. Esta visión integral refleja nuestro compromiso con la idea

fundamental de que el verdadero éxito de Serenum no se mide solo por la salud del cuero cabelludo de nuestros clientes, sino por el bienestar emocional y la confianza que recuperan al sentirse cómodos en su propia piel.

5. Análisis económico

A continuación, se muestra la evaluación económica que respalda la viabilidad y sostenibilidad del proyecto, centrándose en las necesidades de inversión y el flujo de fondos para las operaciones. Se detalla la inversión inicial requerida en activos fijos, que incluyen equipos especializados, mobiliario y adecuación del local, con una distribución planificada durante los primeros años. Se cuantifica el capital de trabajo necesario para operaciones diarias, incluyendo inventario inicial de insumos y cobertura de gastos corrientes. Se proyectan los ingresos anuales y mensuales, basados en la capacidad operativa real y la estrategia de precios competitiva. Se desglosan los costos operativos, incluyendo nómina, compras de insumos, gastos de operación y administración. Se calcula el punto de equilibrio y se analiza la evolución de los márgenes de contribución a medida que crece el volumen de servicios. Este análisis económico demuestra la capacidad del negocio para generar valor económico sostenible y respaldar la estrategia de crecimiento geográfico y diversificación de ingresos planificada.

5.1 Las necesidades de inversión en activos fijos y en capital de trabajo

El plan de inversión de Serenum Spa Capilar incluye activos fijos y capital de trabajo para el lanzamiento del negocio y para asegurar la prestación continua de servicios durante los primeros años de operación. Esta estructura financiera garantiza que la empresa cuente con los recursos materiales, humanos y líquidos necesarios para brindar una experiencia de bienestar capilar de calidad.

Los activos fijos incluyen equipos especializados para el diagnóstico y tratamiento capilar, como capilógrafos, masajeadores capilares, vaporizadores LED, difusores de aroma, secadores profesionales y mobiliario para las estaciones de servicio. También se incluyen elementos de infraestructura como el mobiliario de recepción y el aire acondicionado, que desempeñan una función crucial para que el espacio sea cómodo y funcional. Estos activos representan una inversión estratégica, ya que proporciona eficiencia operativa y calidad de la experiencia del cliente, además de ser bienes de larga vida útil que respaldan la estabilidad del negocio.

Tabla 12

Inversión en activos fijos

Inversión	Detalle	Total Preoperativo	Total 2026	Total 2027	Total 2028	Total 2029
Capilógrafo		\$364.979	\$0	\$364.979	\$364.979	\$364.979
Masajeador cuero cabelludo		\$1.273.440	\$0	\$636.720	\$1.910.160	\$1.910.160
Vaporizador LED		\$5.526.068	\$0	\$2.763.034	\$8.289.102	\$8.289.102

Difusor de Aroma		\$338.800	\$0		\$338.800	\$338.800
Secador		\$181.200	\$0	\$90.600	\$271.800	\$271.800
Spa capilar		\$4.792.168	\$0	\$2.396.084	\$7.188.252	\$7.188.252
Mobiliario estaciones		\$2.587.996	\$0	\$1.293.998	\$3.881.994	\$3.881.994
Muebles recepción		\$1.836.000	\$0	\$0	\$1.836.000	\$1.836.000
Aire acondicionado		\$6.600.000	\$0	\$0	\$6.600.000	\$6.600.000
TOTAL		\$23.500.651	\$0	\$7.545.415	\$30.681.087	\$30.681.087

Fuente: Elaboración propia

El capital de trabajo requerido para los primeros 4 años de funcionamiento asciende a COP 2.646.923.562. Este monto equivale a los fondos líquidos necesarios para las operaciones diarias. Incluye el inventario inicial de insumos capilares (champús, acondicionadores, tónicos, mascarillas y ampollas), productos higiénicos desechables (gorros, guantes, toallas), así como el cubrimiento de salarios y gastos corrientes durante los primeros meses de funcionamiento. Este componente garantiza el buen funcionamiento del spa desde su inauguración, garantizando el cumplimiento de los estándares de calidad y servicio, los cuales incluyen la aplicación de protocolos tricológicos certificados, la manipulación higiénica y segura de productos, la atención personalizada por parte de personal capacitado en salud capilar y el mantenimiento constante de la limpieza y ambientación del espacio.

La distribución de la inversión total se planifica progresivamente durante los cuatro años analizados, con una mayor inversión en el año 0 equivalente a COP 23.500.651, teniendo en cuenta la adecuación del local y la adquisición de equipos. En los años siguientes, la inversión se destinará a la reposición de equipos. Estos incluyen capilógrafo, masajeadores de cuero cabelludo, vaporizadores LED, difusores de aroma, secadores, spa capilar, mobiliario para estaciones de trabajo y recepción, así como sistemas de aire acondicionado. En los años siguientes, la inversión se destinará a la reposición de los equipos, la ampliación de la capacidad instalada y el refuerzo del capital de trabajo, específicamente para preparar la apertura de una segunda sede en Cali en 2028 y las futuras sedes en Bogotá y Medellín en 2029.

5.2 Los ingresos, costos y gastos

El presupuesto de ingresos proyecta las ventas de los servicios capilares especializados que Serenum ofrece. Durante el primer año (2026), los ingresos se presentan mensualmente para reflejar el proceso gradual de posicionamiento y fidelización de los primeros clientes, impulsada por la oferta de servicios que incluirán la Consulta/Diagnóstico Capilar, con ventas proyectadas de COP 238.872.000 (36,6% del total), que constituye el punto de entrada para otros tratamientos; Purificación, COP 86.663.812 (13,3%); Recuperación Intensiva, COP 72.956.706 (11,2%); Control y Fuerza, COP 72.568.446 (11,1%); Energía y Definición, COP 70.397.278 (10,8%); y Regulación y Luminosidad, COP 69.803.566 (10,7%). En total, estos seis servicios generarán los ingresos operativos del primer año, mientras que los tratamientos de Hidratación

Profunda, Nutrición Reparadora, Revitalización, Definición Hidratante y Equilibrio Dual se incorporarán en el año siguiente, conforme se consolide la base de clientes y la capacidad instalada. Las ventas mensuales muestran un aumento gradual, pasando de un promedio de 49 millones de COP en enero a casi 65 millones de COP en junio, reflejando el impacto de las estrategias promocionales, el posicionamiento digital y un aumento en las citas recurrentes.

A partir del segundo año (2027), las cifras se presentan anualmente para reflejar la tendencia de crecimiento continuo. Las ventas proyectadas (sin IVA y retefuente) son de COP 653.261.808 en 2026, aumentando a COP 1.219.941.487 en 2027, COP 2.580.302.412 en 2028 y COP 4.940.853.863 en 2029. El aumento de las ventas se debe al crecimiento de la cartera de clientes, la expansión del portafolio de servicios y la apertura de nuevas sedes. El cálculo de los ingresos se basa en el número de diagnósticos y tratamientos previstos, multiplicado por la tarifa promedio por servicio, con un 5% anual compuesto según la estrategia de penetración de mercado y fidelización.

Tabla 13

Ingresos mensuales 2026

ITEM	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2.026
Volumen estimado de ventas													
Consulta/Diagnóstico capilar	17.780.000	16.280.000	16.280.000	16.280.000	16.280.000	29.600.000	32.116.000	29.156.000	16.280.000	16.280.000	16.280.000	16.280.000	238.872.000
Experiencia Regulación y ligereza (P)	5.723.892	5.584.285	6.003.107	6.003.107	5.863.500	5.723.892	5.723.892	5.723.892	5.863.500	5.863.500	5.863.500	5.863.500	69.803.566
Experiencia Control y Fuerza (Promo)	5.747.996	5.747.996	5.747.996	5.747.996	5.747.996	6.179.095	6.897.595	6.897.595	5.747.996	5.747.996	5.747.996	6.610.195	72.568.446
Experiencia Purificación (Promedio)	6.204.121	7.173.515	7.367.393	7.173.515	7.173.515	7.367.393	7.367.393	7.755.151	7.173.515	7.173.515	7.173.515	7.561.272	86.663.812
Experiencia Energía y Definición (Pro)	5.615.347	5.615.347	5.615.347	5.615.347	5.615.347	6.026.226	6.847.984	6.847.984	5.615.347	5.615.347	5.615.347	5.752.307	70.397.278
Experiencia Recuperación Intensiva (I)	4.842.259	6.294.937	6.294.937	6.294.937	5.972.120	6.456.346	6.456.346	6.456.346	5.972.120	5.972.120	5.972.120	5.972.120	72.956.706
Arriendo	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	42.000.000
Valor total de ventas (\$)	49.393.615	50.196.080	50.808.780	50.614.901	50.152.477	64.852.953	68.909.211	66.336.968	50.152.477	50.152.477	50.152.477	51.539.393	653.261.808
IVA o Impuesto al Consumo	9.384.787	9.537.255	9.653.668	9.616.831	9.528.971	12.322.061	13.092.750	12.804.024	9.528.971	9.528.971	9.528.971	9.792.485	124.119.743
Anticipo ReteFuente	2.963.617	3.011.765	3.048.527	3.036.894	3.009.149	3.891.177	4.134.553	3.980.218	3.009.149	3.009.149	3.009.149	3.092.364	39.195.708
Total ventas con IVA	58.778.402	59.733.335	60.462.448	60.231.732	59.681.447	77.175.014	82.001.961	78.940.992	59.681.447	59.681.447	59.681.447	61.331.878	777.381.551
Ventas contado sin IVA ni ReteFuente	4.939.362	5.019.608	5.080.878	5.061.490	5.015.248	6.485.295	6.890.921	6.633.697	5.015.248	5.015.248	5.015.248	5.153.939	65.326.181
Ventas a plazos sin IVA ni ReteFuente	44.454.254	45.176.472	45.727.902	45.553.411	45.137.229	58.367.658	62.018.290	59.703.271	45.137.229	45.137.229	45.137.229	46.385.454	587.935.627
Ingresos por ventas de Contado	11.380.532	11.545.098	11.686.019	11.641.427	11.535.070	14.916.179	15.849.118	15.257.503	11.535.070	11.535.070	11.535.070	11.854.060	150.250.216
Recuperación de Cartera	0	44.454.254	45.176.472	45.727.902	45.553.411	45.137.229	58.367.658	62.018.290	59.703.271	45.137.229	45.137.229	45.137.229	541.550.173
Ingresos Efectivos	11.380.532	55.999.352	56.862.491	57.369.329	57.088.481	60.053.408	74.216.776	77.275.792	71.238.341	56.672.299	56.672.299	56.991.289	691.800.389
Cuentas por Cobrar	44.454.254	45.176.472	45.727.902	45.553.411	45.137.229	58.367.658	62.018.290	59.703.271	45.137.229	45.137.229	45.137.229	46.385.454	46.385.454

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14
Ingresos anuales 2027-2029

	Total	Total	Total
ITEM	2.027	2028	2029
Consulta/Diagnóstico capilar	251.863.440	530.424.405	1.018.414.857
Experiencia Regulación y ligereza (Promedio)	82.664.175	174.090.754	334.254.247
Experiencia Control y Fuerza (Promedio)	80.540.916	169.619.169	325.668.805
Experiencia Purificación (Promedio)	102.749.934	216.391.360	415.471.411
Experiencia Energía y Definición (Promedio)	77.072.693	162.315.092	311.644.976
Experiencia Recuperación Intensiva (Promedio)	89.371.964	188.217.357	361.377.325
Experiencia Hidratación Profunda (Promedio)	73.506.033	154.803.705	297.223.114
Experiencia Nutrición Reparadora (Promedio)	99.902.811	210.395.320	403.959.015
Experiencia Revitalización (Promedio)	132.012.971	278.019.316	533.797.087
Experiencia Definición Hidratante (Promedio)	76.399.904	160.898.197	308.924.539
Experiencia Equilibrio Dual (Promedio)	106.396.646	224.071.337	430.216.966
Arriendo	47.460.000	111.056.400	199.901.520
Valor total de ventas (\$)	1.219.941.487	2.580.302.412	4.940.853.863
IVA o Impuesto al Consumo	231.788.883	490.257.458	938.762.234
Anticipo Retefuente	73.196.489	154.818.145	296.451.232
Total ventas con IVA	1.451.730.370	3.070.559.870	5.879.616.097
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	121.994.149	258.030.241	494.085.386
Ventas a plazos sin IVA ni Retefuente	1.097.947.338	2.322.272.171	4.446.768.477
Ingresos por ventas de Contado	280.586.542	593.469.555	1.136.396.388
Recuperación de Cartera	1.056.476.123	2.216.606.159	4.269.727.118
Ingresos Efectivos	1.337.062.665	2.810.075.714	5.406.123.506
Cuentas por Cobrar	87.856.670	193.522.681	370.564.040

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto para nómina refleja el personal necesario para la garantizar la eficacia operativa y la atención personalizada. El equipo principal está compuesto por un tricoterapeuta (responsable de la planificación y el diagnóstico del tratamiento), tres especialistas en terapia capilar, un asistente técnico de higiene y apoyo logístico, y un gerente administrativo/recepcionista. La proyección de nómina incluye tanto salarios como prestaciones sociales y legales, asegurando condiciones laborales dignas y un equipo de talento humano estable. A medida que la empresa crece, se prevé un mayor número de empleados para satisfacer la demanda generada por la apertura de nuevas sucursales. Los gastos de nómina aumentarán de COP 355.337.480 en 2026 a COP 1.535.773.387 en 2029, reflejando la ampliación del personal y los ajustes salariales por la inflación.

Tabla 15
Presupuesto de Nómina

	PRESUPUESTO DE NOMINA			
CARGOS Y CONCEPTOS	2.026	2.027	2.028	2.029
Total salarios mensuales	18.900.000	20.232.450	21.851.046	23.915.970
Total Auxilios de transporte	9.600.000	9.600.000	10.368.000	11.347.776
Total salarios anuales	234.000.000	328.215.300	650.675.592	1.036.358.693
Total prestaciones sociales	53.186.000	73.756.341	144.327.851	228.749.246
Total aportes parafiscales	9.360.000	13.128.612	26.027.024	41.454.348
Total seguridad social	49.191.480	68.997.420	136.785.023	217.863.325
Total carga prestacional	111.737.480	155.882.373	307.139.898	488.066.918
Total costo de la nómina	355.337.480	493.697.673	968.183.490	1.535.773.387
Prima Junio	9.750.000	13.675.638	27.111.483	43.181.612
Prima Diciembre	9.750.000	13.675.638	27.111.483	43.181.612
Vacaciones diciembre	9.750.000	13.675.638	27.111.483	43.181.612
Cesantías Febrero	19.500.000	27.351.275	54.222.966	86.363.224
Interes cesantías febrero	2.340.000	3.282.153	6.506.756	10.363.587
Pagos otros meses	304.247.480	422.037.332	826.119.319	1.309.501.739
Pago fijo mensual	25.353.957	35.169.778	68.843.277	109.125.145

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de compras y consumos abarca la compra de productos capilares y material de apoyo necesario para la prestación de servicios. Los principales insumos incluyen acondicionadores, champús detox, tónicos, protectores térmicos, mascarillas, ampollas y sérums. Para 2026, se presenta un detalle mensual que permite monitorear la frecuencia de reposición y el consumo por servicio; a partir de 2027, las cifras se consolidan de manera anual. El costo variable promedio por servicio se estima en COP 61.967 en 2026, aumentando progresivamente hasta COP 94.555 en 2029, considerando el mayor volumen de servicios prestados y los ajustes de precios de insumos. Esta metodología permite optimizar el inventario, mejorar la eficiencia operativa y aprovechar las negociaciones de volumen con proveedores estratégicos.

Tabla 16
Costos mensuales 2026

COSTOS MENSUALES 2026												
	2026											
ITEM	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Costos Consulta	25.367	25.698	25.615	25.367	33.548	35.861	34.374	25.367	25.367	25.367	26.111	333.164
Experiencia Regulación y Igereza (Promedio)	893.486	960.497	960.497	938.160	915.823	915.823	915.823	938.160	938.160	938.160	938.160	11.168.571
Experiencia Control y Fuerza (Promedio)	919.679	919.679	919.679	919.679	988.655	1.103.615	1.103.615	919.679	919.679	919.679	1.057.631	11.610.951
Experiencia Purificación (Promedio)	1.147.762	1.178.763	1.147.762	1.147.762	1.178.763	1.178.763	1.240.824	1.147.762	1.147.762	1.209.894	13.866.210	
Experiencia Energía y Definición (Promedio)	898.456	898.456	898.456	898.456	964.196	1.095.677	1.095.677	898.456	898.456	920.369	11.263.664	
Experiencia Recuperación Intensiva (Promedio)	1.064.177	1.064.177	1.064.177	1.009.604	1.091.464	1.091.464	1.091.464	1.009.604	1.009.604	1.009.604	12.333.543	
Arriendo	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	40.800.000	
Seguimiento tratamientos (Estilista)	229.771	232.765	232.016	229.771	303.867	324.823	311.361	229.771	229.771	229.771	236.507	3.017.710
Costo Materias Primas e Insumos	8.578.899	8.680.955	8.648.263	8.568.889	8.876.336	9.146.047	9.193.129	8.568.899	8.568.899	8.568.899	8.798.196	104.393.714
IVA o Impuesto al Consumo	1.629.952,76	1.649.210,45	1.643.156,64	1.628.071,96	1.686.503,76	1.737.749,88	1.746.694,45	1.628.071,96	1.628.071,96	1.628.071,96	1.671.655,36	19.834.805,59
Iva descontable	1.629.952,76	1.649.210,45	1.643.156,64	1.628.071,96	1.686.503,76	1.737.749,88	1.746.694,45	1.628.071,96	1.628.071,96	1.628.071,96	1.671.655,36	19.834.805,59
Retenente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo total variables	10.208.651	10.329.265	10.291.362	10.196.872	10.562.839	10.883.796	10.939.823	10.196.872	10.196.872	10.469.841	124.228.519,20	
Egreso Contado	10.208.651	10.329.265	10.291.362	10.196.872	10.562.839	10.883.796	10.939.823	10.196.872	10.196.872	10.469.841	124.228.519,20	
CxP Proveedores Periodo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago Cuentas Por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos Efectivos	10.208.651	10.329.265	10.291.362	10.196.872	10.562.839	10.883.796	10.939.823	10.196.872	10.196.872	10.469.841	124.228.519	
Total cuentas por pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17
Costos anuales 2027-2029

	Total	Total	Total
ITEM	2027	2028	2029
Costos Consulta	571.852	1.109.622	1.917.427
Experiencia Regulación y ligereza (Promedio)	12.580.171	24.410.563	42.181.453
Experiencia Control y Fuerza (Promedio)	12.257.044	23.783.569	41.098.007
Experiencia Purificación (Promedio)	15.636.903	30.341.847	52.430.711
Experiencia Energía y Definición (Promedio)	11.729.236	22.759.410	39.328.260
Experiencia Recuperación Intensiva (Promedio)	14.370.542	27.884.600	48.184.589
Experiencia Hidratación Profunda (Promedio)	4.194.918	8.139.818	14.065.606
Experiencia Nutrición Reparadora (Promedio)	5.701.356	11.062.912	19.116.711
Experiencia Revitalización (Promedio)	8.095.220	15.707.965	27.143.363
Experiencia Definición Hidratante (Promedio)	7.266.780	14.100.460	24.365.595
Experiencia Equilibrio Dual (Promedio)	27.050.540	52.488.868	90.700.764
Arriendo	43.851.840	94.544.567	153.162.199
Seguimiento tratamientos (Estilista)	5.179.682	10.050.654	17.367.531
Costo Materias Primas e Insumos	168.486.085	336.384.856	571.062.218
IVA o Impuesto al Consumo	32.012.356,17	63.913.122,68	108.501.821,48
Iva descontable	32.012.356,17	63.913.122,68	108.501.821,48
Retefuente	-	-	-
Costo total variables	200.498.441,26	400.297.979	679.564.040
Egreso Contado	200.498.441,26	400.297.979	679.564.040
CxP Proveedores Periodo	-	-	-
Pago Cuentas Por Pagar	-	-	-
Egresos Efectivos	200.498.441	400.297.979	679.564.040
Total cuentas por pagar	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

Los gastos del proyecto se dividen en tres categorías principales: preoperativos, operativos y administrativos. Los gastos preoperativos están asociados con el acondicionamiento del inmueble, la estructuración legal de la empresa, el desarrollo web y el plan de marketing inicial, con un costo total de COP 77.300.000 antes del inicio de operaciones.

Los gastos operativos comprenden alquiler, servicios públicos, mantenimiento de equipos, bioseguridad y cargos locales. Estos costos alcanzan los COP 177.213.842 en 2026, con un crecimiento progresivo hasta los COP 1.132.887.204 en 2029, debido al aumento de la demanda de servicios y la expansión de la capacidad instalada. Los gastos administrativos incluyen publicidad, honorarios de contabilidad, capacitación y otros costos de gestión, equivalentes a COP 82.370.071 en 2026 y COP 612.928.423 en 2029, en coherencia con la expansión operativa.

Tabla 18*Gastos preoperativos*

	GASTOS				
Gastos preoperativos (diferidos)	AÑO 0 (2025)	2.026	2.027	2.028	2.029
Gastos de Constitución	800.000				
Investigación y desarrollo	0				
Desarrollo web	2.000.000				
Adecuación oficina/local	65.000.000				
Arrendamiento	8.500.000				
Servicios Públicos	1.000.000				
Total gastos preoperativos	77.300.000				
Total inversión	100.800.651	0	7.545.415	30.681.087	30.681.087

Fuente: Elaboración propia

El análisis de costos muestra que el monto de los costos fijos a finales de 2026 será de COP 546.021.400, con costos variables que ascienden a COP 250.593.706, lo que refleja un equilibrio entre los gastos controlables y una estructura estable. Además, la empresa establece una política de colchón de efectivo equivalente a 15 días de operación, por un monto de COP 22.750.892 en 2026 y COP 87.324.337 en 2029. Esta reserva garantiza la liquidez necesaria para afrontar eventualidades operativas o cambios en la demanda, lo cual resulta fundamental para preservar la estabilidad financiera del proyecto.

Tabla 19*Gastos de operación*

GASTOS DE OPERACION	MES	2.026	2.027	2.028	2.029
Arriendo	5.500.000	66.000.000	70.936.800	152.939.741	495.524.760
Servicios Públicos	600.000	7.200.000	7.738.560	8.342.168	9.009.541
Registro Mercantil	15.917	191.000	205.287	221.299	239.003
Insumos	127.350	1.528.200	1.642.509	1.770.625	1.912.275
Asesoría legal	133.333	1.599.996	1.719.676	1.853.810	2.002.115
Recursos humanos	133.333	1.599.996	1.719.676	1.853.810	2.002.115
Oficios varios	1.500.000	18.000.000	19.346.400	20.855.419	22.523.853
Bomberos		200.000	226.000	255.380	288.579
Impuestos Locales	0	75.125.108	140.293.271	296.734.777	568.198.194
Gastos de Mantenimiento		3.266.309	6.099.707	12.901.512	24.704.269
Depreciación Equipos	0	2.503.233	2.503.233	3.241.249	6.482.498
Amortización	0	0	0	0	0
Total gastos de operación		177.213.842	252.431.119	500.969.791	1.132.887.204
Gastos de operación fijos		98.822.425	106.038.140	191.333.502	539.984.740
Gastos de operación variables		78.391.417	146.392.978	309.636.289	592.902.464

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20*Gastos de administración y ventas*

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	MES	2.026	2.027	2.028	2.029
Gastos de Publicidad		65.326.181	121.994.149	258.030.241	494.085.386
Gastos de Comisiones		0	0	0	0
Gastos de Capacitación		2.482.395	24.398.830	51.606.048	98.817.077
Asesoría Contable	1.000.000	12.000.000	12.897.600	13.903.613	15.015.902
Depreciación Muebles y Enseres		2.561.496	2.561.496	3.846.607	5.010.058
Total gastos de admon y vtas		82.370.071	161.852.074	327.386.509	612.928.423
Gastos de administrativos fijos		14.561.496	15.459.096	17.750.219	20.025.960
Gastos administrativos variables		67.808.576	146.392.978	309.636.289	592.902.464

Fuente: Elaboración propia

El análisis de costos identifica la composición económica del negocio y su capacidad de generar rentabilidad. Para 2026, el costo promedio por servicio será de COP 196.987, con un margen unitario de COP 99.572, que ascenderá a COP 171.363 para 2029. El punto de equilibrio, es decir, el número mínimo de servicios necesarios para cubrir los costos fijos y variables será de aproximadamente 5.484 servicios en 2026, lo que representa el 74 % de la capacidad instalada. En los años siguientes, la operación superó ampliamente este nivel, registrando un cumplimiento del 123 % en 2027, del 138 % en 2028 y del 152 % en 2029, lo que garantiza la rentabilidad a largo plazo de la empresa. Estas estadísticas demuestran que Serenum Spa Capilar cuenta con una sólida estructura de capital, un buen control de costos y un margen de beneficio neto estimado del 14,3 % en su cuarto año de operaciones.

Tabla 21*Análisis de costos Serenum*

Costos/Gastos Fijos	2026	2027	2028	2029
Costo total	796.615.107	1.076.466.951	2.132.924.646	3.852.651.233
Costo Promedio producto o servicio promedio	196.987	166.868	183.648	207.351
Costo variable unitario promedio	61.967	71.504	82.284	94.555
Precio Promedio Unitario (Sin Iva)	161.539	189.109	222.168	265.919
Margen Unitario Promedio	99.572	117.605	139.884	171.363
Punto de Equilibrio	5.484	5.232	8.417	12.231
Cumplimiento del punto de equilibrio	74%	123%	138%	152%
Colchon de Efectivo	22.750.892	25.633.121	49.052.800	87.324.337

Fuente: Elaboración propia

6. Análisis financiero

Este apartado presenta la evaluación financiera integral que determina la rentabilidad y solvencia del proyecto, utilizando herramientas de análisis avanzadas. Se presentan los estados financieros proyectados, incluyendo el estado de resultados y el flujo de caja para los primeros cuatro años de operación. Se calcula el Valor Presente Neto (VPN) positivo que supera ampliamente la inversión inicial, demostrando capacidad para generar excedentes monetarios. Se determina la Tasa Interna de Retorno (TIR), se analiza el periodo de pago descontado, considerando el valor del dinero en el tiempo. Por otro lado, se realiza un análisis de sensibilidad

que evalúa el impacto de variables críticas como volumen de ventas, precios de venta y costos de compra. Se identifican y proponen estrategias para mitigar riesgos financieros y operativos clave. Este análisis financiero robusto confirma la viabilidad económica del proyecto y su capacidad para generar valor sostenible para los socios, respaldando la estrategia de expansión proyectada.

6.1 Estado de Resultados y Flujo de Caja

El análisis financiero de Serenum muestra que el aporte inicial necesario de los socios asciende a \$380.000.000 COP, valor que se corresponde con la inversión total requerida para el arranque del negocio. Este monto se calculó considerando la suma de la inversión en activos fijos, activos corrientes, gastos pre-operativos, colchón de efectivo para 15 días de operación y las cuentas por pagar iniciales, menos las cuentas por cobrar proyectadas. Este valor, reflejado en el flujo de caja como "Aporte de Socios" en el año 0, representa el capital necesario para cubrir las operaciones iniciales y las pérdidas proyectadas del primer año, conforme se observa en el Estado de Resultados.

Tabla 22

Flujo de caja primero 4 años

FLUJO DE CAJA					
ITEM	Año 0	Total 2.026	Total 2.027	Total 2.028	Total 2.029
Caja Inicial	0	279.199.349	261.418.249	393.749.063	821.835.418
Ingresos Netos		691.800.389	1.337.062.665	2.810.075.714	5.406.123.506
TOTAL DISPONIBLE		970.999.738	1.598.480.914	3.203.824.777	6.227.958.924
Inversiones en activos	23.500.651	0	7.545.415	30.681.087	30.681.087
Egresos por compra de materia prima o insumos	0	124.228.519	200.498.441	400.297.979	679.564.040
Egresos por nómina	0	333.497.480	484.904.245	938.087.196	1.499.776.298
Egresos por gastos de operación		99.585.501	109.634.615	200.993.765	558.206.511
Egresos por gastos de administración y ventas		79.808.576	159.290.578	323.539.902	607.918.365
Egresos por gastos preoperativos diferidos	77.300.000	0	0	0	0
Egresos iva	0	72.461.413	167.733.448	348.096.160	695.621.720
Egresos retribuyente	0	0	0	0	0
Egresos por gastos financieros		0	0	0	0
Egresos por pagos de Capital		0	0	0	0
Egresos impuestos locales	0	0	75.125.108	140.293.271	296.734.777
Egresos impuesto de renta	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	100.800.651	709.581.489	1.204.731.851	2.381.989.360	4.368.502.799
NETO DISPONIBLE	-100.800.651	261.418.249	393.749.063	821.835.418	1.859.456.125
Aporte de Socios	380.000.000	0	0	0	0
Prestamo	0	0	0		
Distribucion de Excedentes		0	0	0	0
CAJA FINAL	279.199.349	261.418.249	393.749.063	821.835.418	1.859.456.125

Fuente: Elaboración propia

El proyecto tiene una sólida proyección de crecimiento con un aumento exponencial en las ventas, que pasan de 653 millones en 2026 a casi 5 mil millones en 2029. Este crecimiento se traduce en una rápida y significativa mejora en los indicadores de rentabilidad y generación de caja.

En términos de rentabilidad, este inicia con una pérdida neta en 2026 (COP - 143.353.299), lo cual es atribuible a los gastos preoperativos y la fase inicial de bajo volumen de

ventas. Sin embargo, la utilidad neta se recupera a partir de 2027, alcanzando COP 707.331.709 en 2029. Este desempeño se refleja en un margen neto que se estabiliza en un 14.32% en el último año proyectado y en un ROE que asciende al 53.26% en 2029, demostrando una alta capacidad para generar valor para los socios.

La liquidez y solvencia del negocio son robustas. La razón corriente se mantiene consistentemente por encima de 1.88 en todos los períodos, lo que asegura una capacidad adecuada para cubrir las obligaciones de corto plazo con activos circulantes. Adicionalmente, el flujo de caja neto es positivo y creciente desde el primer año de operación (261 millones en 2026 hasta 1.8 mil millones en 2029), lo que confirma que el negocio es autosuficiente operativamente. El capital de trabajo neto operativo (KTNO) es consistentemente negativo, lo que, lejos de ser una debilidad, es una señal de excelente gestión del ciclo de efectivo, ya que la operación se financia eficientemente con pasivos corrientes operativos (como impuestos y cuentas por pagar), minimizando la necesidad de capital de trabajo propio.

Tabla 23

Estados financieros primero 4 años

BALANCE GENERAL					
ACTIVO	Año 0	2.026	2.027	2.028	2.029
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	279.199.349	261.418.249	393.749.063	821.835.418	1.859.456.125
Cuentas por Cobrar- Clientes	0	46.385.454	87.856.670	193.522.681	370.564.040
Anticipo Impuesto de Renta (Relatante)	0	39.195.708	112.392.198	216.994.256	356.863.268
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	279.199.349	346.999.412	593.997.930	1.232.352.353	2.586.883.433
ACTIVO FIJO					
Activos depreciables	23.500.651	23.500.651	31.046.066	61.727.153	92.408.240
Depreciación acumulada	0	5.064.728	10.129.457	17.217.313	28.709.869
Activos amortizables	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0
Gastos diferibles	77.300.000	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	100.800.651	18.435.923	20.916.609	44.509.840	63.698.371
TOTAL ACTIVOS	380.000.000	365.435.334	614.914.540	1.276.862.193	2.650.581.804
PASIVO + PATRIMONIO					
PASIVO					
Carga Prestacional por Pagar	0	21.840.000	30.633.428	60.729.722	96.726.611
Cuentas por pagar- Proveedores	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta	0	0	50.216.088	156.582.218	380.870.920
Impuestos locales por pagar	0	75.125.108	140.293.271	296.734.777	568.198.154
Iva por pagar	0	31.823.525	63.866.603	142.114.779	276.753.471
Obligaciones financieras	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	0	128.788.633	285.009.390	656.161.496	1.322.549.397
PATRIMONIO					
Capital	380.000.000	380.000.000	380.000.000	380.000.000	380.000.000
Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0	-143.353.299	-50.094.850	240.700.698
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	0	-143.353.299	93.258.449	290.795.548	707.331.709
Reserva Legal	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	380.000.000	236.646.701	329.905.150	620.700.698	1.328.032.407
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	380.000.000	365.435.334	614.914.540	1.276.862.193	2.650.581.804
Prueba de balance	0	0	0	0	0

ESTADO DE RESULTADOS				
ITEM	2.026	2.027	2.028	2.029
Ventas netas	653.261.808	1.219.941.487	2.580.302.412	4.940.853.863
Costos variables	104.393.714	168.486.085	336.384.856	571.062.218
Costo nomina	356.337.480	493.697.673	968.183.490	1.535.773.387
Gastos de Operación	177.213.842	252.431.119	500.969.791	1.132.887.204
Gastos de Administración y Ventas	82.370.071	161.852.074	327.386.509	612.928.423
Gastos preoperativos	77.300.000	0	0	0
Gastos financieros	0	0	0	0
Utilidad gravable	-143.353.299	143.474.536	447.377.766	1.088.202.630
Impuesto de Renta	0	50.216.088	156.582.218	380.870.920
Utilidad neta	-143.353.299	93.258.449	290.795.548	707.331.709
Reserva legal	0	0	0	0
Utilidad del periodo	-143.353.299	93.258.449	290.795.548	707.331.709
ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS				
Costos variables	16,0%	13,8%	13,0%	11,6%
Costo nomina	54,4%	40,5%	37,5%	31,1%
Gastos de Operación	27,1%	20,7%	19,4%	22,9%
Gastos de Administración y Ventas	12,6%	13,3%	12,7%	12,4%
Gastos preoperativos	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Gastos financieros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Utilidad gravable	-21,9%	11,8%	17,3%	22,0%
Impuesto de Renta	0,0%	4,1%	6,1%	7,7%
Utilidad neta	-21,9%	7,6%	11,3%	14,3%
Reserva legal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Utilidad del periodo	-21,9%	7,6%	11,3%	14,3%

Fuente: Elaboración propia

6.2 Evaluación de proyecto

El análisis financiero del proyecto revela una sólida viabilidad económica, con un Valor Presente Neto (VPN) de \$1.006.191.283 COP que supera ampliamente la inversión inicial de \$380.000.000 COP, generando excedentes monetarios que respaldan el crecimiento sostenido del negocio. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 64.44%, notablemente superior a la tasa mínima de retorno del 20%, refleja la alta capacidad del proyecto para generar retornos atractivos, impulsada por una estrategia de precios competitivos, la fuerte demanda proyectada para tratamientos especializados en cuero cabelludo graso y seco, y la eficiencia operativa del modelo. El Periodo de Pago Descontado de 3.17 años (3 años y 2 meses) considera el valor del dinero en

el tiempo, recuperando la inversión inicial a pesar de las pérdidas operativas del primer año (\$143.353.299 COP) por gastos de arranque, con utilidades positivas desde 2027 (\$93.258.449 COP) y un acelerado crecimiento en 2028-2029 gracias a la apertura de una segunda sucursal en Cali y el lanzamiento de productos propios. El balance proyectado muestra una evolución clara: de un saldo negativo de \$589.223.842 COP en 2026, pasa a un saldo positivo de \$2.086.438.244 COP en 2029, demostrando la capacidad del negocio para generar valor económico sostenible y respaldando la estrategia de crecimiento geográfico y diversificación de ingresos.

Tabla 24

Flujo de caja neto

FLUJO DE CAJA NETO					
	Año 0	2.026	2.027	2.028	2.029
Utilidad Neta (Utilidad operativa)	0	-143.353.299	93.258.449	290.795.548	707.331.709
Total Depreciación	0	10.129.457	10.129.457	14.175.712	22.985.113
Pagos de capital		0	0	0	0
Total Amortización	0	0	0	0	0
EBITDA		-133.223.842	103.387.905	304.971.260	730.316.822
1. Flujo de fondos neto del periodo		-133.223.842	103.387.905	304.971.260	730.316.822
Inversiones de socios	380.000.000	0	0	0	0
Préstamo	0	0	0	0	0
2. Inversiones netas del periodo	380.000.000	0	0	0	0
3. Liquidación de la empresa					1.859.456.125
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	-380.000.000	-133.223.842	103.387.905	304.971.260	2.589.772.947
Balance de proyecto	-380.000.000	-589.223.842	-603.680.705	-419.445.586	2.086.438.244
Periodo de pago descontado	3,17				
Tasa interna de retorno	64,44%				
Valor presente neto	1.006.191.283				
Tasa mínima de retorno	20,00%				

Fuente: Elaboración propia

6.3 Riesgos

La operación de nuestro spa capilar especializado enfrenta diversos riesgos que han sido identificados y analizados para implementar estrategias preventivas y correctivas que garanticen la sostenibilidad del negocio. Los riesgos se clasifican en tres categorías principales: de mercado, operativos y financieros, cada uno con sus respectivas estrategias de mitigación.

En el ámbito de los riesgos de mercado, el principal desafío es la competencia creciente en el sector de bienestar capilar, especialmente considerando que el mercado objetivo es atractivo para nuevos entrantes. Este riesgo se ve acentuado por la tendencia de algunos competidores a ofrecer servicios genéricos sin el respaldo técnico de tricólogos, lo que podría confundir a los consumidores sobre la calidad y efectividad de los tratamientos. Para mitigar este riesgo, Serenum implementa una estrategia de diferenciación clara mediante la combinación de diagnóstico tricológico especializado con protocolos basados en evidencia científica, destacando la presencia de un tricólogo en cada consulta, elemento que pocos competidores ofrecen. Además, se fortalece la relación con el cliente mediante las charlas "Love Yourself" y el café wellness, creando una experiencia integral que va más allá del tratamiento capilar.

En el ámbito de los riesgos operativos, el más crítico es la dependencia del conocimiento especializado del tricólogo y las estilistas capacitadas, especialmente considerando que los tratamientos terapéuticos para el cuero cabelludo graso y seco requieren precisión técnica en la aplicación de ingredientes activos. La pérdida de personal clave podría comprometer la calidad de los servicios y la credibilidad del negocio. Para abordar este riesgo, Serenum ha implementado un programa de capacitación cruzada donde varios miembros del equipo reciben formación técnica avanzada, asegurando que no haya dependencia excesiva de una sola persona. Además, se establece un sistema de documentación detallada de todos los protocolos de tratamiento, incluyendo videos instructivos y guías de referencia, para facilitar la capacitación de nuevo personal. Otro riesgo operativo significativo es el cumplimiento normativo, especialmente con el registro sanitario de establecimiento. Para garantizar el cumplimiento continuo, Serenum ha asignado al Auxiliar Administrativo la responsabilidad de monitorear fechas de renovación y cambios normativos.

En el ámbito de los riesgos financieros, el principal desafío es la estacionalidad en los ingresos, con una diferencia significativa entre los meses de alta demanda (junio-agosto, con hasta 700 servicios mensuales) y los de baja demanda (febrero-diciembre, con alrededor de 300 servicios mensuales). Esta fluctuación podría generar problemas de liquidez si no se gestiona adecuadamente. Para mitigar este riesgo, Serenum mantiene un colchón de efectivo equivalente a 30 días de operación y ha implementado un sistema de presupuesto flexible que ajusta los gastos operativos según el flujo de clientes esperado. Otro riesgo financiero importante es el aumento en los costos de insumos, especialmente considerando que los productos especializados representan aproximadamente el 30% de los costos variables por servicio. Para enfrentar este riesgo, Serenum ha establecido acuerdos de precios escalonados con proveedores clave, donde el costo unitario disminuye al superar ciertos volúmenes de compra y está desarrollando relaciones con proveedores alternativos para evitar la dependencia exclusiva de un solo suministrador.

Finalmente, un riesgo transversal a todas las categorías es la percepción de los clientes sobre la efectividad de los tratamientos, especialmente considerando que los problemas capilares como el cuero cabelludo graso pueden requerir múltiples sesiones para mostrar resultados visibles. Para mitigar este riesgo, Serenum ha implementado un sistema de seguimiento post-tratamiento mediante WhatsApp, donde las estilistas realizan un seguimiento personalizado a cada cliente, ofreciendo consejos y ajustando recomendaciones según la evolución individual. Este enfoque no solo mejora la efectividad percibida de los tratamientos, sino que también fortalece la relación con el cliente, generando confianza y fidelización. La combinación de estas estrategias de mitigación asegura que Serenum pueda navegar con éxito los desafíos del mercado mientras mantiene su compromiso con la excelencia técnica y la experiencia del cliente que constituyen la esencia de su propuesta de valor.

6.4 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad nos permite adoptar estrategias en respuesta a diversos comportamientos cambiantes que tengan factores importantes de nuestra operación como lo son; el volumen de ventas, precios de venta, precios de compra. Estos comportamientos se estiman en dos escenarios; pesimista que refleja comportamientos de los factores no deseados en la operación del proyecto, por otro lado, está el escenario optimista que son condiciones mejores a las esperadas.

Tabla 25

Escenarios AS

Variables a sensibilizar	Escenario Pesimista	Escenario Probable (Actual)	Escenario Optimista
Volumen de ventas	90%	100%	120%
Precio de venta	90%	100%	110%
Precio de compra	120%	100%	90%

Fuente: Elaboración propia

Posterior a definir los diferentes escenarios, se hace la sensibilidad para cada factor y poder analizar cómo estos afectan los retornos de la inversión y el periodo de pago descontado que determina el momento en que se recupera el dinero de toda la inversión del proyecto.

Volumen de ventas

Tabla 26

Análisis volumen de ventas

Volumen de ventas	Escenario Pesimista	Escenario Probable (Actual)	Escenario Optimista
TIR	44,79%	64,44%	95,16%
VPN	493.872.859	1.006.191.283	2.005.279.371
Periodo de pago descontado	3,39	3,17	2,94

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al volumen de ventas, el proyecto es altamente sensible a esta variable. En el escenario pesimista, con una disminución del 10%, la TIR baja al 44,79% y el VPN a COP 493.872.859, mientras que el periodo de pago descontado aumenta a 3,39 años. En el escenario probable, los parámetros reflejan una TIR del 64,44% y un VPN de COP 1.006.191.283, cifras de rentabilidad buenas y estables en condiciones normales de mercado. Finalmente, en el escenario optimista, con un aumento del volumen de ventas del 20%, la TIR es del 95,16% y el VPN es de COP 2.005.279.371, lo que reduce el periodo de recuperación a 2,94 años. Esto evidencia que un mayor volumen de ventas genera un gran aumento de la rentabilidad y un retorno de la inversión más temprano.

Precio de venta

Tabla 27

Análisis precio de venta

Precio de venta	Escenario Pesimista	Escenario Probable (Actual)	Escenario Optimista
TIR	40,09%	64,44%	84,10%
VPN	388.348.164	1.006.191.283	1.617.305.323
Periodo de pago descontado	3,46	3,17	3,04

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al precio de venta, el proyecto también es sensible, pero menos que con el volumen de ventas. En el escenario pesimista, con una reducción del precio del 10%, la TIR es de 40,09% y el VPN a COP 388.348.164, lo que significa que la capacidad del negocio para generar valor es menor, pero aún dentro de cifras razonables. En el caso escenario probable, la TIR es del 64,44% y el VPN es de COP 1.006.191.283, lo que refleja estabilidad en condiciones normales. En el escenario optimista, con un aumento del precio del 10%, la TIR sube al 84,10% y el VPN a COP 1.617.305.323, y el periodo de recuperación se reduce a 3,04 años. Estos resultados indican que los precios de venta tienen un impacto directo en los márgenes de rentabilidad y deben gestionarse estratégicamente para mantener la competitividad sin sacrificar la rentabilidad.

Precio de compra

Tabla 28

Análisis precio de compra

Precio de compra	Escenario Pesimista	Escenario Probable (Actual)	Escenario Optimista
TIR	56,66%	64,44%	68,15%
VPN	795.141.891	1.006.191.283	1.111.715.978
Periodo de pago descontado	3,24	3,17	3,14

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, el precio de compra es moderadamente sensible. En el escenario pesimista, con un aumento de los costos de un 20%, la TIR disminuye al 56,66% y el VPN a COP 795.141.891, con un periodo de pago descontado de 3,24 años. En el escenario probable, la TIR disminuye al 64,44% y el VPN a COP 1.006.191.283. En el escenario optimista, con una reducción del 10% en el costo, la TIR es del 68,15% y el VPN es de COP 1.111.715.978, con un periodo de pago descontado de 3,14 años. Esto demuestra que, si bien los costos afectan los márgenes operativos, el proyecto es altamente rentable y el periodo de recuperación se mantiene ligeramente sin cambios, lo que indica resistencia a las fluctuaciones en los precios de compra.

En general, el análisis de sensibilidad evidencia que el proyecto es más sensible al volumen de ventas, moderadamente sensible al precio de venta y menos sensible al precio de compra. Independientemente de las diferencias entre los escenarios, la TIR siempre supera con creces la rentabilidad mínima del 20%, y el periodo de recuperación se sitúa entre 2,94 y 3,46 años. Esto confirma la viabilidad y rentabilidad del proyecto en diferentes condiciones, lo que permite tomar decisiones estratégicas para aumentar las ventas, gestionar con cautela los precios de venta y controlar los costes.

7. Cronograma de implementación

La implementación exitosa de Serenum como spa capilar especializado requiere una planificación estratégica meticulosa que considere todos los aspectos técnicos, legales y operativos del negocio. Este cronograma detalla de manera ordenada y realista las actividades esenciales desde la constitución legal hasta la expansión geográfica proyectada, estableciendo claramente los plazos, responsables y elementos críticos que garantizarán que cada etapa se complete con éxito:

Tabla 29

Cronograma de implementación

Actividad	Inicio	Finalización	Responsable	Elementos Críticos
Constitución legal y registro	Diciembre 2025	Febrero 2026	Socias Fundadoras	• Altos tiempos de procesamiento. • Incluir toda la documentación requerida por ley. • Inspección técnica por parte de la secretaría de salud.
Adecuación local	Diciembre 2025	Abril 2026	Directora de operaciones	• Mano de obra calificada. • Tiempo limitado para cerrar el contrato de arrendamiento. • Retraso en la entrega de mobiliario.
Desarrollo de servicios	Diciembre 2025	Febrero 2026	Socias Fundadoras – Tricoterapeuta	• Alineación con las necesidades de cada segmento. • Cumplimiento de estándares de calidad.
Contratación y capacitación	Febrero 2026	Abril 2026	RH externo	• Disponibilidad limitada de profesionales calificados.

Marketing y lanzamiento	Abril 2026	Junio 2026	Directora de estrategia comercial	• Creación de contenido diferenciado para cada segmento. • Generación de primeros clientes.
Inicio de operaciones	Junio 2026		Socias Fundadoras	• Ajuste de experiencias según feedback.
Implementación charlas	Agosto 2026		Directora de operaciones	• Mantener una programación regular.
Apertura 2da sucursal	Enero 2028		Socias Fundadoras	• Seleccionar ubicación estratégica. • Contratación gerente de sucursal. • Recepción de nuevo mobiliario.
Expansión nacional	Enero 2029		Socias Fundadoras	• Diferencias en las preferencias del consumidor. • Encontrar ubicación estratégica.

Fuente: Elaboración propia

8. Conclusiones

Serenum Hair Spa es, sin duda, una propuesta de negocio viable y sólida, con un alto potencial de crecimiento en el mercado de servicios especializados de cuidado capilar. Los análisis financieros, técnicos, administrativos y de mercado revelan una estructura estratégica clara que garantiza su sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo.

Desde el punto de vista financiero, el proyecto presenta indicadores positivos: una TIR superior al 60% y un VPN positivo, mayor a 1.000 millones de COP, lo que confirma su rentabilidad en comparación con la tasa mínima de retorno del 20%. Además, el periodo de recuperación de la inversión se mantiene dentro de los tres años, lo que garantiza la rápida recuperación de la inversión realizada.

El análisis de costos y gastos muestra una estructura de inversión equilibrada, con una mayor inversión en la etapa preoperativa para la adecuación del local y la adquisición de equipos especializados, y un crecimiento controlado de los gastos operativos y administrativos en proporción directa a la expansión del negocio. El punto de equilibrio muestra una disminución en 2027 debido a una mejor optimización de recursos y al fortalecimiento del posicionamiento de la marca, para luego incrementarse nuevamente en 2029 gracias a la expansión de operaciones y la apertura de nuevas sucursales en Bogotá y Medellín.

En el ámbito comercial, el plan de mercadeo plantea estrategias de posicionamiento basadas en la diferenciación de servicios, una experiencia personalizada para el cliente y una fidelización progresiva, respaldadas por una comunicación constante y un crecimiento sostenido del volumen de ventas.

El proyecto se enmarca dentro de un modelo sostenible y responsable, con prácticas que priorizan la calidad, la salud capilar y el bienestar integral de los clientes, garantizando altos estándares de servicio y sostenibilidad operativa.

En general, los resultados obtenidos permiten concluir que Serenum Hair Spa es un proyecto rentable, viable y competitivo, capaz de generar valor económico y social, consolidándose como una propuesta innovadora dentro del sector de belleza y bienestar en Colombia.

9. Referencias

- Aportes parafiscales – Gerencie.com. (2025). <https://www.gerencie.com/aportes-parafiscales.html>
- Bases de datos - Universidad Icesi, Cali - Colombia. (2025). <https://nebulosa.icesi.edu.co:3174/statisticsevolution/index>
- DANE. (2012). Clasificación industrial uniforme de todas las actividades económicas. https://recursos.ccb.org.co/ccb/flipbook/2012/cartilla_DANE_ciiu/files/assets/basic-html/page489.html
- De Santiago de Cali, P. A. (2024). *Estética y belleza*. Portal Alcaldía de Santiago de Cali. <https://www.cali.gov.co/salud/publicaciones/44322/c-esttica-y-belleza/>
- Decreto 768 de 2022. (2022). En *Función Pública*. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/documentos/anexo_tecnico_decreto-768-2022.pdf
- Decreto 4741 de 2005 - Gestor normativo. (2005). *Función Pública*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18718>
- Dermatólogo, I. I. M., & Dermatólogo, I. I. M. (2024). Cómo afecta la dermatitis seborreica al cuero cabelludo en la actualidad. *IMD*. <https://imdermatologico.com/blogimd/tratamientos-capilares/la-dermatitis-seborreica/>
- EMIS. (2025). Colombia - Informe Sector Cosmético y Aseo – enero 2025. https://nebulosa.icesi.edu.co:2113/v2/documents/report/869919386/?keyword=cuidado%20capilar&display_lang=undefined
- Guía de tipos societarios. (2022). *Cámara de Comercio de Medellín*. https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documentos/Guias-Mercantil/NuevaGuiaTipoSocietario_2022_002.pdf
- Guía para crear y formalizar empresa. (s. f.). <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/guia-para-crear-y-formalizar-empresa/>
- Huerta Castillo, S. (2024). Dermatitis seborreica: relación con el estrés psicológico en población adulta. *Archivos de medicina, salud y educación médica*, 3(1). <https://doi.org/10.29059/amsem.v3i1.69>

- Ley 1258 de 2008 - Gestor Normativo. (2008). Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130>
- Mordor Intelligence. (2025). Colombia hair care market size <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/colombia-hair-care-market-industry>
- Newton-Fenner A, Roberts H, Scott M, Jones T, Collins L, Godbehere A, et al. Clear scalp, clear mind: Examining the beneficial impact of dandruff reduction on physical, emotional and social wellbeing. *Int J Cosmet Sci.* 2025; 00: 1–10. <https://doi.org/10.1111/ics.13041>
- Passport. (2024). *Beauty and Personal Care: Half-Year Update 2024.* <https://nebulosa.icesi.edu.co:3174/analysis/tab>
- Passport. (2024). *Beauty and Personal Care in Colombia.* <https://nebulosa.icesi.edu.co:3174/analysis/related>
- Passport. (2025). *Top Global Consumer Trends 2025.* <https://nebulosa.icesi.edu.co:3174/analysis/permalink?permalinkId=e52114cc-0f48-48b1-bf91-b45a6c78eebb>
- Resolución 0312 de 2019. (2019). En *Mintrabajo.* <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>
- Seborrheic dermatitis: Overview. (2022). <https://www.aad.org/public/diseases/a-z/seborrheic-dermatitis-overview>
- Svenson. (2019). El 58% de la población tiene problemas capilares <https://www.svenson.es/blog/el-58-de-la-poblacion-tiene-problemas-capilares/#:~:text=Los%20m%C3%A1s%20frecuentes%20son%20la,ca%C3%ADda%20del%20cabello%20o%20calvicie.>
- Tarifas de servicios de registros públicos - Cámara de Comercio de Cali. (2025). Cámara de Comercio de Cali. <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/tarifas/>
- Tarifas Impuesto de Industria y Comercio. (2020). *Alcaldía de Santiago de Cali.* https://www.cali.gov.co/aplicaciones/boletin_publicaciones/imagenes_documentos/documentoId13940.pdf
- Tarifas riesgos laborales. (2018). https://aportesonlinea.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/346/~_/tarifas-riesgos-laborales

Anexos

- Anexo 1: [Perfil del Cliente](#)
- Anexo 2: [Validación del Perfil del Cliente](#)
- Anexo 3: [Validación Prototipo](#)
- Anexo 4: [Tamaño de Mercado](#)
- Anexo 5: [Prototipo Modificado](#)
- Anexo 6: [Informe experimentación 1](#)
- Anexo 7: [Informe experimentación 2](#)
- Anexo 8: [Plantilla financiera](#)