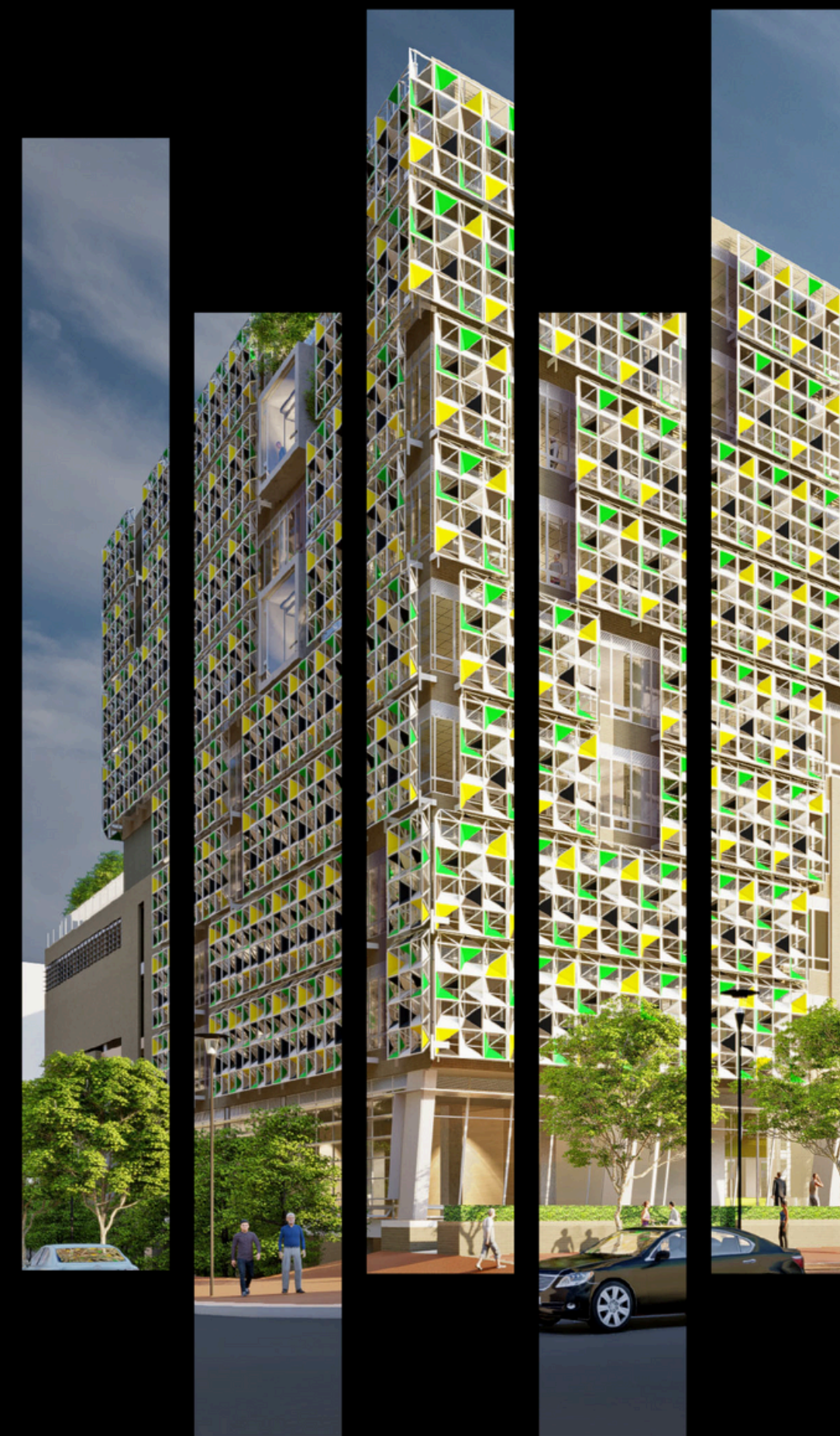


Diseño e implementación de un MVP de E-commerce de Belleza con Chatbot: Kisssho Beauty Lab

Kevin Stiven Diaz Merino

Programa: Ingeniería de Sistemas

Universidad EAN – 2025



Definición del Problema y Oportunidad

Contexto:

- Crecimiento acelerado del comercio electrónico de belleza en Colombia.
- Consumidor exigente: busca inmediatez, seguridad y personalización.

Problemática:

- Las tiendas emergentes carecen de estructura digital y gestión de inventarios.
- Dificultad para automatizar la atención al cliente con recursos limitados.
- Necesidad de generar confianza en un entorno digital competitivo.

Oportunidad:

- Crear un canal de ventas estructurado, seguro y con identidad de marca sólida para competir en el mercado de Bogotá.



Objetivo General

Implementar el producto mínimo viable de una tienda virtual para Kissho Beauty Lab, utilizando el Website Builder de Hostinger como plataforma de comercio electrónico.

Objetivos Especificos

- Diseñar la tienda virtual con una identidad de marca distintiva y experiencia de usuario intuitiva.
- Automatizar parcialmente la atención al cliente mediante un chatbot embebido.
- Plantear un modelo de costos y viabilidad financiera mediante la simulación del primer inventario.
- Definir una estrategia de marketing digital (SEO y Redes Sociales) para el posicionamiento inicial. SOSTAC®.



Justificación y Metodología

Justificación:

- Mercado: Auge de ventas online en el sector belleza y cuidado personal.
- Necesidad: El usuario requiere respuestas inmediatas (automatización) y transacciones seguras.

Metodología Híbrida:

- Diseño: Design Thinking + Heurísticas de Usabilidad de Nielsen.
- Desarrollo: Incremental + Herramientas SaaS (Hostinger y N8N).
- Financiera: Simulación de escenarios y costos en Excel.
- Marketing: Modelo de planificación SOSTAC®.



Identidad de Marca y Diseño (UI)

Filosofía: "La belleza nace en tu piel".
Enfoque en bienestar y autocuidado.

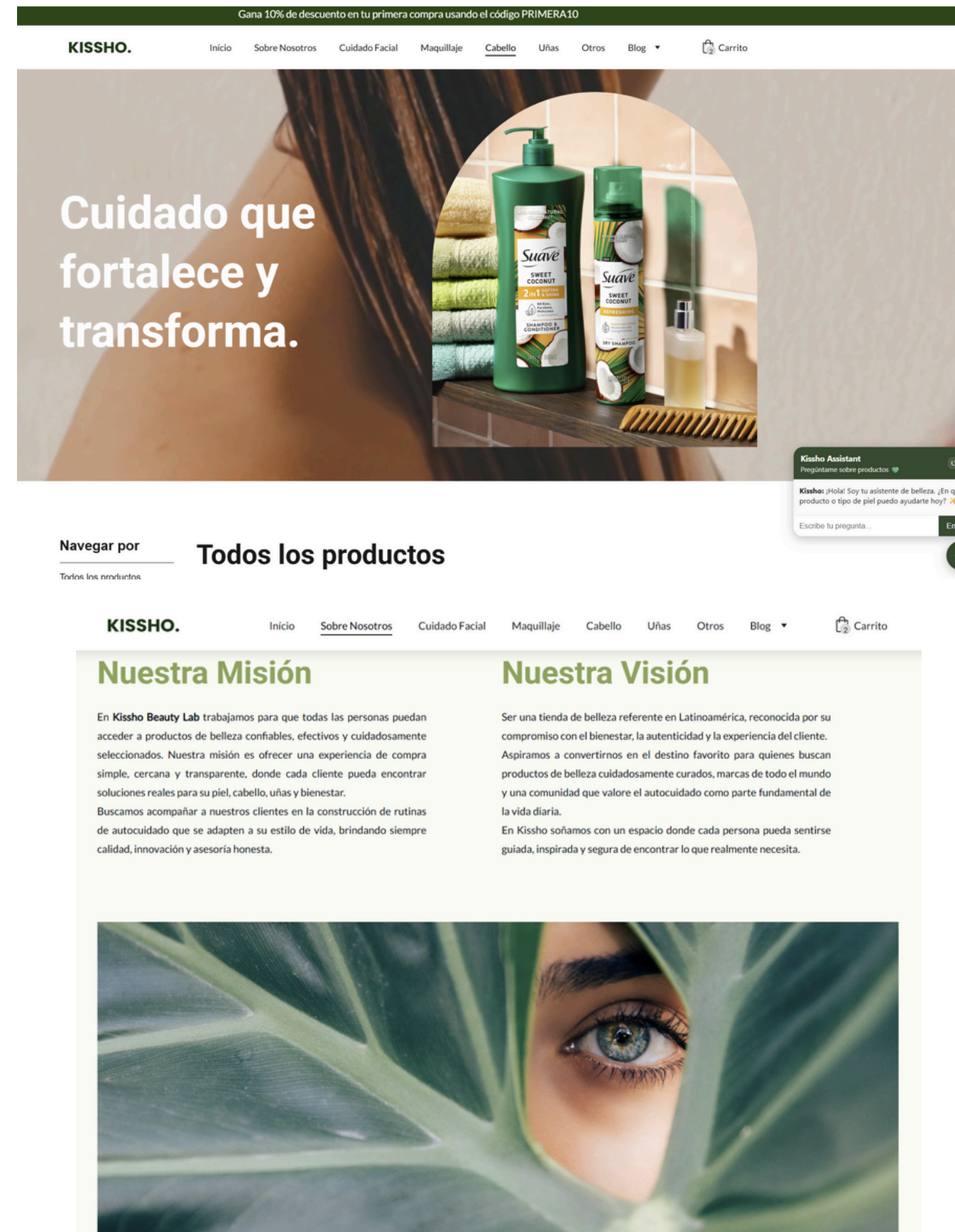
Identidad Visual: Estética minimalista con paleta de colores verdes y beige (Naturaleza y Limpieza).

Experiencia de Usuario (UX):

- Navegación intuitiva dividida en 5 categorías claras.
- Diseño Responsive adaptado a dispositivos móviles

KISSHO.

Beauty Lab



Funcionalidad de la Tienda

Gestión de Catálogo:

- Inventario Inicial: 50 referencias seleccionadas (Cuidado Facial, Maquillaje, Cabello, Uñas, Otros).
- Marcas: CeraVe, The Ordinary, La Roche-Posay, entre otras.

Confianza y Seguridad:

- Fichas de producto con descripción detallada y precios claros.
- Integración visible de políticas legales: Términos, Envíos y Devoluciones.
- Banner promocional para incentivar la primera compra.

The screenshot displays the KISSHO Beauty Lab website. At the top, there is a navigation menu with links for Inicio, Sobre Nosotros, Cuidado Facial, Maquillaje, Cabello, Uñas, Otros, Blog, and a shopping cart icon. Below the navigation, a banner features the text "Belleza que empieza en el bienestar." alongside images of beauty products and a woman's face. The footer includes the KISSHO Beauty Lab logo, social media icons, and a list of links: Enlaces Rápidos (Inicio, Sobre Nosotros, Blog, Contacto: kisshobeauty@gmail.com) and Políticas (Política de Privacidad y Cookies, Términos y Condiciones, Envíos, Cambios y Devoluciones). A copyright notice for 2025 KISSHO Beauty Lab is also present. A promotional banner offers a 10% discount on the first purchase with the code PRIMERA10. The main product page is for "TOCOBO Bio Watery Sun Cream", described as "Ultra Ligero SPF 50+ Protector Solar" with a price of CO\$95000.00. The product image shows a hand holding the cream bottle. A "Comprar" button is visible below the price. A "Kisho Assistant" chat widget is positioned in the bottom right corner, offering assistance with product inquiries.

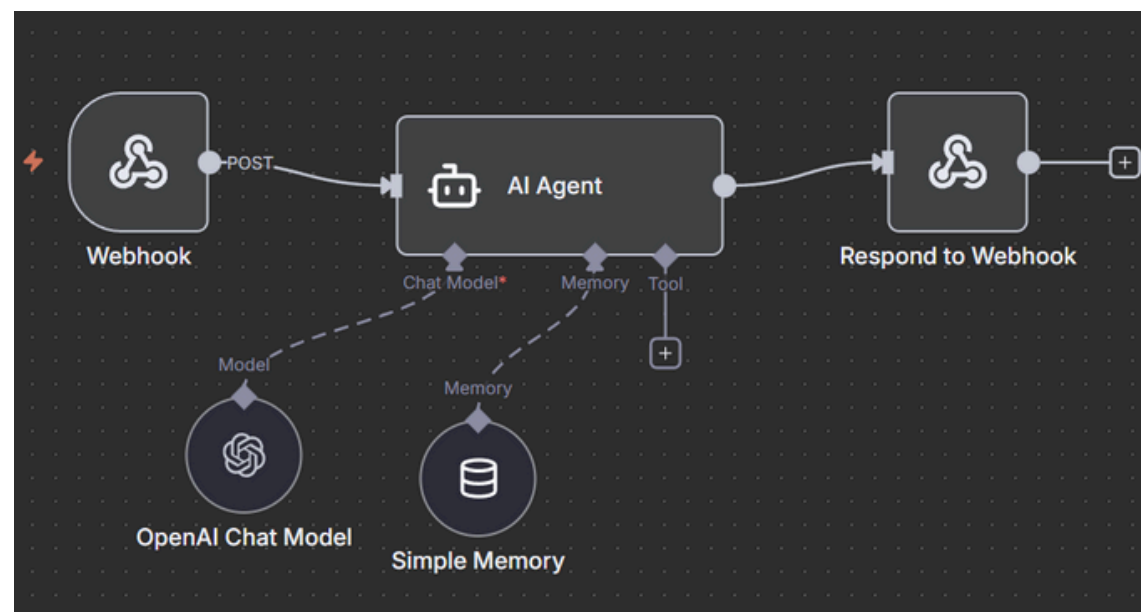
Automatización con N8N

Solución Técnica:

- Herramienta: Flujo de trabajo en N8N (Open Source) integrado vía Webhook.
- Interfaz: Chatbot embebido en el sitio web (Script HTML).

Funcionalidades del Bot:

- Atención 24/7: Respuestas automáticas a preguntas frecuentes (Envíos, Pagos, Tiempos de entrega).
- Simulación de Inventario: Uso de prompts pre-cargados para consultar productos sin conexión directa a BD.



Debilidades



- Proyecto en etapa inicial sin reconocimiento de marca.
- Ausencia de comunidad digital activa o redes sociales consolidadas.
- Sin conexión dinámica del chatbot al inventario; requiere actualización manual del contenido.
- Recursos financieros limitados para marketing digital o pauta sostenida.
- Proceso de gestión de envíos y pedidos aún manual y dependiente del administrador.

Amenazas

- Competencia elevada de marcas posicionadas en plataformas digitales y físicas.
- Riesgo de poca diferenciación si no se fortalece contenido y valor percibido.
- Cambios en algoritmos de redes sociales que limitan el alcance orgánico.
- Desafíos logísticos en zonas apartadas que pueden generar retrasos o quejas.
- Saturación del mercado de belleza con ofertas similares y múltiples canales de distribución.

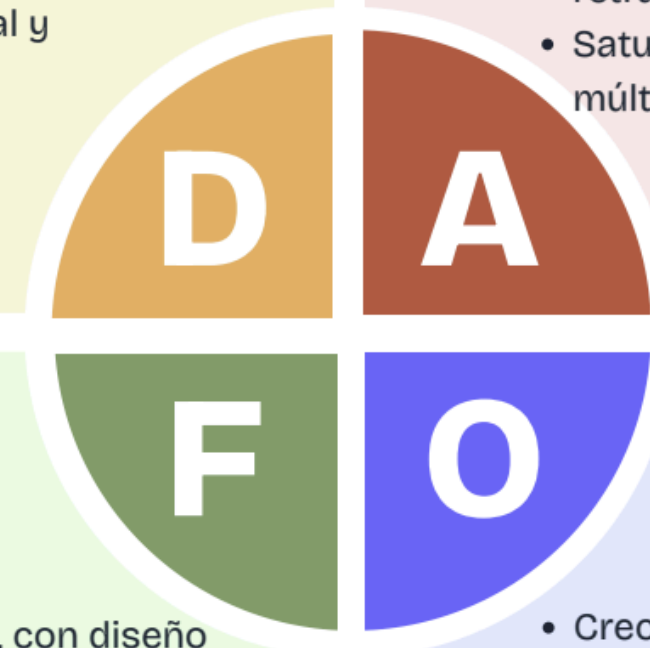
Fortalezas

- Sitio web funcional, adaptado a dispositivos móviles, con diseño moderno y navegación intuitiva.
- Identidad visual clara y coherente, alineada con los valores de bienestar y autocuidado.
- Automatización básica del canal de atención al cliente mediante N8N y chatbot embebido.
- Integración de pasarela de pagos DLocalGo con múltiples métodos de pago.
- Políticas legales visibles en el sitio (privacidad, términos, envíos), que generan confianza.



Oportunidades

- Crecimiento sostenido del comercio electrónico en Colombia, especialmente en belleza.
- Preferencia del público por canales de contacto digital como chats y redes sociales.
- Interés en productos naturales, experiencias de compra seguras y marcas cercanas.
- Posibilidad de escalar mediante colaboraciones con microinfluencers o venta cruzada.
- Acceso a herramientas gratuitas o de bajo costo para marketing digital (SEO, redes, automatización).



Estrategia de Marketing (Modelo SOSTAC®)

Objetivos (3 Meses):

- Alcanzar 300 visitas mensuales al sitio web.
- Lograr una tasa de conversión superior al 2%.

Estrategia y Tácticas:

- Enfoque: Orgánico y visual, centrado en mujeres de 20-40 años en Bogotá.
- Canal Principal: Instagram (@kisshobeauty) con Reels y contenido educativo.
- SEO On-page: Optimización de palabras clave en fichas de producto.
- Diseñar un calendario editorial con 4 publicaciones semanales y 2 reels.

Controles:

- Revisión mensual de KPIs y ajuste de contenidos según desempeño
- Tráfico mensual al sitio



Análisis de Costos y Viabilidad

Estrategia de Selección de Inventario:

- Criterio: Selección basada en investigación de demanda y rotación en tiendas líderes (Farmatodo, Éxito, Mercado Libre).
- Estructura: 5 Categorías (Facial, Maquillaje, Capilar, Uñas, Suplementos) con 50 referencias clave.
- Volumen: 1.250 unidades totales (25 unidades por referencia).
- Marcas: Prioridad en líderes de mercado como CeraVe, The Ordinary y La Roche-Posay.

Estructura de Costos y Gastos Operativos:

- Inversión en Inventario: \$39.066.500 (Costo directo variable).
- Infraestructura Digital: Hosting y Dominio (Hostinger): \$214.800 COP/año.
- Automatización (API OpenAI): Presupuesto de \$100 USD para validación del chatbot.
- Operativos y Misceláneos: ~\$800.000 COP estimados para empaques ecológicos, papelería y branding inicial.

Concepto	Valor Estimado (COP)
Inversión Inventario	\$39.066.500 42
Gastos Fijos Iniciales	\$934.800 43
Ingresos Totales	\$65.867.000 44
Utilidad Neta Estimada	\$25.865.700 45



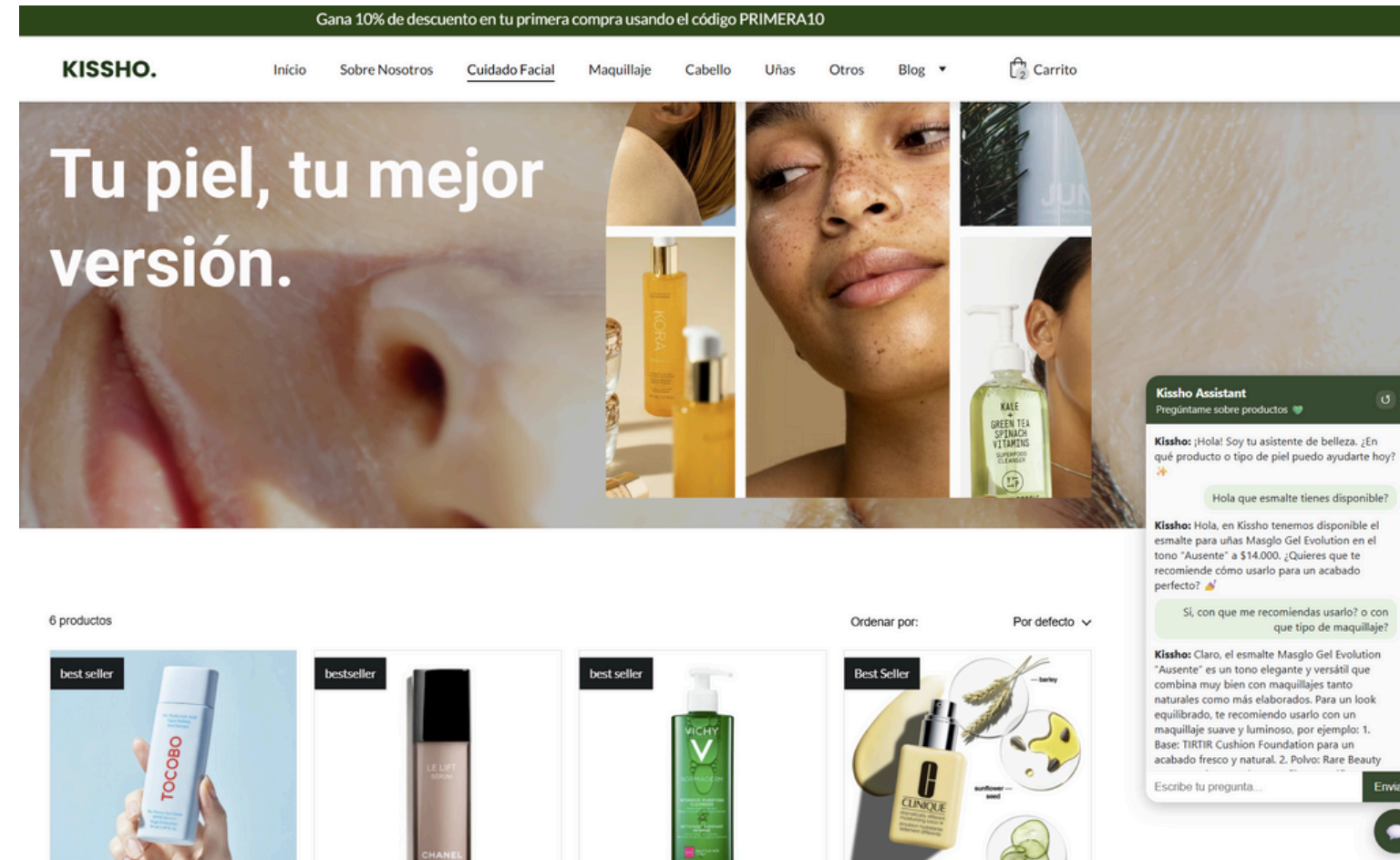
Conclusiones y Trabajo Futuro

Conclusiones:

- Se validó un MVP funcional con identidad de marca diferenciada.
- La automatización con N8N optimiza la atención al cliente sin elevar costos operativos.
- El proyecto demuestra viabilidad financiera positiva desde su primera fase.

Trabajo Futuro:

- Expansión del catálogo hacia Skincare Asiático (Coreano/Japonés).
- Evolución del chatbot a un modelo híbrido con IA avanzada y CRM.



KISSHO.

Beauty Lab



Acreditada
en Alta Calidad

Res. n°. 023654 del Mineducación.
10/12/21 vigencia 10/12/27

www.universidadean.edu.co

Centro de contacto en Bogotá: 60 1 5936161 - 60 1 5400330 - 60 1 6398910

Línea gratuita nacional 01 8000 93 1000

E-mail: informacion@universidadean.edu.co

Cl. 79 N°. 11 - 45 El Nogal, Bogotá D.C. Colombia, Suramérica

©Universidad Ean | Vigilada Mineducación | SNIES 2812 | Personería Jurídica Res. n°. 2898 del Minjusticia - 16/05/69

