



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**MASCARILLA PARA CARA A BASE DE ALMIDON DE
PAPA**

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en las siguientes carreras:**

**WILLIAM ANTONIO CONSOLI VERÁSTEGUI –
Negocios Internacionales**

**CARLA FIORELLA GODENZZI ALCARRAZ –
Negocios Internacionales**

**PETRONILA NIETO ADRIAN –
Ingeniería Industrial**

**MIRKO ALEXANDER LAGOS GAYTUIRO –
Administración de Empresas**

**SHIRLEY OLINDA MONTERO COTTOS –
Marketing y Gestión Comercial**

**Asesor:
Carlos Antonio Flores Bashi**

**Lima - Perú
2017**

CURSO : PROYECTO INTEGRADOR

INFORME N° : 4

PROYECTO : **MASCARILLA PARA EL ROSTRO A BASE DE KAOLÍN Y ALMIDON DE PAPA**

GRUPO N° : 4

INTEGRANTES :

Código de alumno Apellidos y nombres

CU1330135 Montero Cottos, Shirley

CU1520529 Godenzzi Alcarraz, Carla

CU1510177 Consoli Verastegui, Antonio

CU1120222 Lagos Gayturo, Mirko

CU1520514 Nieto Adrian, Petronila

FECHA : 11 de Noviembre del 2017

INFORME N° : 04

PROYECTO : MASCARILLA PARA EL ROSTRO A BASE DE KAOLÍN Y ALMIDON DE PAPA

GRUPO N° : 2

INTEGRANTES :

Código de alumno	Apellidos y nombres	Firma
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

CURSO : PROYECTO INTEGRADOR

DOCENTE : CARLOS FLORES BASHI

FECHA : 11 DE NOVIEMBRE DEL 2017

DECLARACIÓN JURADA

Mediante el presente documento, todos los integrantes del grupo declaramos que la idea de negocio y desarrollo del proyecto que presentamos en este documento es de nuestra total autoría, es decir, para su elaboración no se ha copiado parcial o totalmente, extraído y/o modificado partes de otro proyecto del curso Empresariado en la modalidad presencial y/o del curso Proyecto Integrador en la modalidad virtual, de otros bloques del profesor Carlos Flores Bashi, de otros profesores, ni de ciclos anteriores, ni de otros grupos del mismo ciclo. Asimismo, las referencias a la bibliografía utilizada se indican en el documento y en el capítulo Bibliografía.

Grupo N° :

Integrantes :

Código de alumno	Apellidos y nombres	Firma
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

La Molina, 11 de NOVIEMBRE del 2017

INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE ILUSTRACIONES	9
INDICE DE CUADROS	10
INDICE DE ANEXOS	11
Capítulo I Información General	12
1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.....	12
1.1.1. Razón social	12
1.1.2. Razón comercial	12
1.1.3. Horizonte de evaluación	12
1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	13
1.2.1. Actividad económica.....	13
1.2.2. Código CIIU	13
1.2.3. Partida arancelaria.....	13
1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS	13
1.3.1. Definición del negocio.....	13
1.3.2. MODELO CANVAS: KILLA SUMAQ	15
1.4. Descripción del producto	16
1.5. Oportunidad de negocio.....	17
Por el lado de la oferta.	17
1.6. Estrategia genérica de la empresa.....	17
2.1. Análisis del Macro entorno.....	19
2.1.1. Análisis del País	19
2.2. Análisis del Micro entorno	27
2.2.1. Competidores actuales: nivel de competitividad.....	27

2.2.2.	Fuerza negociadora de los clientes.....	28
2.2.3.	Fuerza negociadora de los proveedores.....	29
2.2.4.	Amenaza de productos sustitutos.	29
2.2.5.	Competidores potenciales barreras de entrada	29
CAPÍTULO III Plan Estratégico.....		31
3.1.	Visión y misión de la empresa.	31
3.1.1.	MISION.....	31
3.1.2.	VISIÓN	31
3.2.	Análisis FODA	31
3.3.	Objetivos	32
3.3.1.	OBJETIVO GENERAL:	32
3.3.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	32
4.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	33
4.1.1.	CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN.....	33
4.1.2.	MARCO MUESTRAL.....	36
4.1.3.	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD.....	37
4.1.4.	Focus Group.....	40
4.1.5.	ENCUESTAS.....	41
4.2.	DEMANDA Y OFERTA.....	42
4.2.1.	ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	42
4.2.2.	ESTIMACIÓN DEL MERCADO DISPONIBLE	46
4.2.3.	ESTIMACIÓN DEL MERCADO EFECTIVO.....	48
4.2.4.	ESTIMACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	51
4.2.5.	FRECUENCIA DE COMPRA.....	52
4.2.6.	CUANTIFICACIÓN ANUAL DE LA DEMANDA.....	52
4.2.7.	ESTACIONALIDAD	53

4.2.8.	PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES Y VALORIZADO.....	55
4.3.	MEZCLA DE MARKETING	64
4.2.9.	PRODUCTO	64
4.2.10.	PRECIO.....	68
4.2.11.	PLAZA.....	69
4.2.12.	PROMOCIÓN	70
Capítulo V Estudio legal y organizacional		81
5.1.	Estudio legal.....	81
5.1.1.	Forma societaria.....	81
5.1.2.	Registro de marcas y patentes	84
5.1.3.	Licencias y autorizaciones	85
5.1.4.	Legislación laboral	86
5.1.5.	Legislación tributaria.....	87
5.1.6.	Otros aspectos legales	88
5.1.7.	Resumen del capítulo	89
5.2.	Estudio organizacional.....	91
5.2.1.	Organigrama funcional.....	91
5.2.2.	Servicios tercerizados.....	91
5.2.3.	Descripción de puestos de trabajo.....	92
5.2.4.	Descripción de actividades de los servicios tercerizados.	97
5.2.5.	Aspectos laborales	97
Capítulo VI: Estudio técnico		98
6.1.	Tamaño del proyecto	98
6.1.1.	Capacidad instalada	98
6.1.2.	Capacidad utilizada	99
6.1.3.	Capacidad máxima	99

6.2.	Procesos	100
6.2.1.	Diagrama de flujo de proceso de producción	100
6.2.1.	Programa de producción.....	102
6.2.2.	Necesidad de materias primas e insumos.....	113
6.2.3.	Programa de compras de materias primas e insumos.	121
6.2.4.	Requerimiento de mano de obra directa	123
6.3.	Tecnología para el proceso	124
6.3.1.	Maquinarias.....	124
6.3.2.	Equipos.	125
6.3.3.	Herramientas.....	126
6.3.4.	Utensilios.....	127
6.3.5.	Mobiliario	127
6.3.6.	Útiles de oficina	128
6.3.7.	Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.....	129
6.3.8.	Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso	130
6.3.9.	Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.	133
6.4.	Localización.....	136
6.5.	LOCALIZACIÓN	136
6.5.1.	MICRO LOCALIZACIÓN.....	136
6.5.2.	Alquiler	138
6.6.	Responsabilidad social frente al entorno	138
6.6.1.	Impacto ambiental	139
6.6.2.	Con los trabajadores.....	140
6.6.3.	Con la comunidad.....	140

Jefe de Operaciones.....	170
Técnico químico.....	170
BIBLIOGRAFÍA.....	185

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Logotipo.....	12
Ilustración 2 PEA – Perú (Índice porcentual).....	21
Ilustración 3 Balanza comercial.....	23
Ilustración 4 PBI.....	24
Ilustración 5 Inflación	25
Ilustración 6 Tasa de Interés	25
Ilustración 7 Tipo de cambio	26
Ilustración 8 Riesgo País	26
Ilustración 9 Distribución de la muestra por nivel Socioeconómico, edades y Distritos seleccionados, Expresado en número habitantes	37
Ilustración 10 Dr. Samuel Bonilla Jefe de Calidad	38
Ilustración 11 Ambientación de la tienda.....	39
Ilustración 12 Desarrollo del Focus Group	40
Ilustración 13 Logo de la marca	65
Ilustración 14 Presentación de Mascarilla Facial 50 ml	66

Ilustración 15 Presentación de Mascarilla Facial de 200 ml.....	66
Ilustración 16 Etiqueta de Mascarilla Facial de 50 ml.....	66
Ilustración 17 Etiqueta de Mascarilla Facial de 200 ml.....	67
Ilustración 18 Canal de Venta Tiendas por departamento y Supermercados	69
Ilustración 19 Canal de Venta Spas	69

INDICE DE CUADROS

Cuadro Nro. 2 Formula de Tamaño de Muestra.....	36
Cuadro Nro. 3 Cálculo de muestra.....	36
Cuadro Nro. 5 Población actual segmentada según distrito	43
Cuadro Nro. 6 Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2018	43
Cuadro Nro. 7 Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación - Año 2019	43
Cuadro Nro. 8 Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2020	44
Cuadro Nro. 9 Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2021	44
Cuadro Nro. 10 Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2022	45
Cuadro Nro. 11 Resumen de Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación.....	45
Cuadro Nro. 12 Resumen de mercado disponible.....	47

Cuadro Nro. 13 Resumen de Mercado Efectivo	48
--	----

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 DISTRIBUCIÓN DE NIVELES SOCIOECONOMICOS	187
ANEXO 2 DISEÑO DE ENCUESTA.....	188
ANEXO 3 ANALISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS	195

Capítulo I

Información General

1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

1.1.1. Razón social:

Soluciones Dermis SAC.

1.1.2. Razón comercial:

Killa Sumaq

Ilustración 1 Logotipo



1

1.1.3. Horizonte de evaluación

Se considera un horizonte de evaluación sobre el proyecto de 5 años, tomando como fecha de partida marzo del 2018 y concluirá en el año 2023. Primero iniciaremos priorizando las actividades pre operativas del proyecto, para luego realizar el proyectado. El horizonte de tiempo deberá de ser empleado para iniciar la realización de los presupuestos de: Proyección de la demanda, plan de actividades para la implementación, costos, entre otros puntos.

¹ Fuente: Propia Elaboración: Propia

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.

1.2.1. Actividad económica.

La actividad económica consiste en la elaboración y comercialización de la mascarilla facial con Kaolín y almidón de papa que ayuda a mantener limpia y mejora el aspecto de la piel.

1.2.2. Código CIIU

62511 Artículos de aseo y detergentes.

1.2.3. Partida arancelaria

3304.99.00.00 (Killa Sumaq), cremas, aceites esenciales y resinoides, preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.

1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS.

1.3.1. Definición del negocio

El modelo de negocio se basa en la producción y comercialización de una mascarilla a base de Kaolín y almidón de papa para el cuidado de la piel del rostro, gracias a sus beneficios naturales de este tubérculo podemos obtener una piel más limpia, atenuar marcas de acné, manchas y arrugas.

La mascarilla **Killa Sumaq** se comercializará a través de supermercados, boticas, farmacias, centros de belleza y además nos apoyaremos con la venta directa hacia nuestros consumidores. Para esto tendremos una planta de producción en Chosica y un almacén como punto de distribución en San Borja, que nos facilitará la entrega del producto.

Nuestro público objetivo estará conformado por hombres y mujeres de 15 a 40 años de edad que residen en la Zona 6 y 7 de Lima.

- Zona 06: Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.
- Zona 07: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina.

Segmentación:

- Tamaño: Locales en Lima Metropolitana.

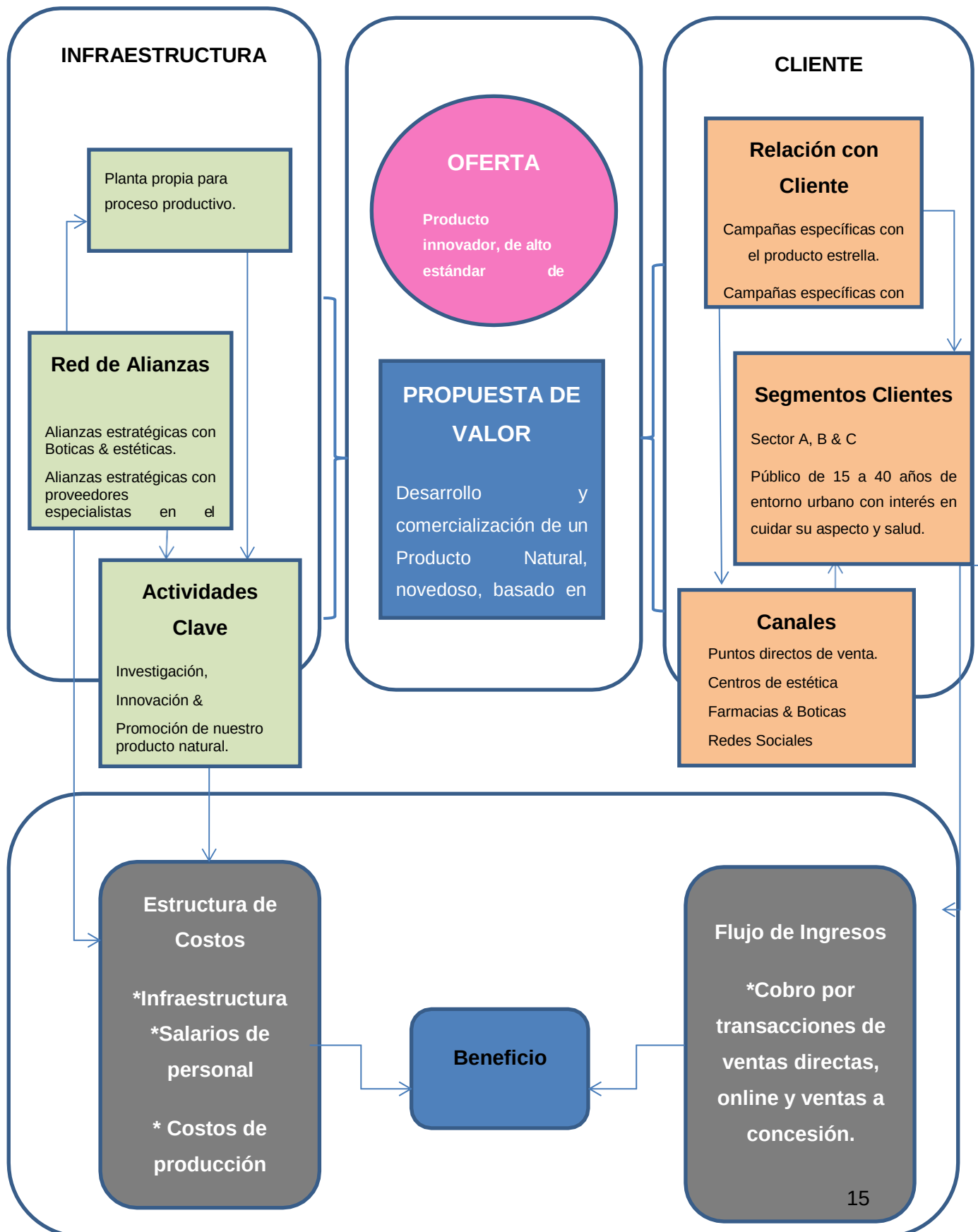
- Ubicación: Locales de supermercados, boticas, farmacias y centros de belleza en la Zona 6 y 7 de Lima.

Al tener como objetivo principal los canales de distribución en los locales de supermercados, boticas, farmacias y centros de belleza, estamos enfocándonos a un sector donde el consumidor tiene como búsqueda principal alta calidad.

Frecuencia de pedidos: Quincenal y de acuerdo a demanda.

Métodos de compra: La decisión de compra la determina el consumidor final, la mascarilla a base de papa **Killa Sumaq** va a cubrir una necesidad del consumidor final.

1.3.2. MODELO CANVAS: KILLA SUMAQ



1.4. Descripción del producto

Producto

La mascarilla de papa **Killa Sumaq** es una mascarilla facial elaborada en base a Kaolín y almidón de papa, este producto ayuda atenuar las manchas de la piel, mantenerla limpia y fresca a través de tratamientos semanales.

Características del producto:

- Mascarilla facial
- Aroma suave.
- Textura dura.
- Coloración clara.

La elaboración de la mascarilla facial podrá incluir productos que son suavizantes, hidratantes y exfoliantes, así como también ingredientes que aporten nutrientes y cualidades con beneficios para el cuidado de la piel de las personas.

Las opiniones no se dividen, pues al parecer la idea es clara y gira en torno a mejorar la piel.

El crecimiento económico sostenido en el país ha manifestado el número de consumidores en Lima, por lo que la oportunidad de consumo avizora una oportunidad de negocio con productos diferenciados que ayude a mejorar la piel del rostro. Por lo antes dicho, el presente plan de negocio tiene como objetivo la fabricación y comercialización de la mascarilla facial elaborados en base a Kaolín y almidón de papa.

Tecnología

Considerando que el proceso productivo mantiene un factor crítico en la producción de la mascarilla facial, la empresa se enfocará en la calidad que garantice la inocuidad en la fabricación de los mismos. Par ello, la presencia de uno o más especialistas que colabores en garantizar la calidad del producto final.

1.5. Oportunidad de negocio

Por el lado de la oferta.

La comercialización de nuestro producto es viable ya que en estos últimos años las personas optan por lo natural y por proteger más su piel debido a que los rayos solares cada día son más fuertes, lo cual ocasiona daños y envejecen la piel si no la cuidamos como se debe.

1.6. Estrategia genérica de la empresa

La estrategia se centrará en segmento de mercado A y B, lo cual el consumidor podrá acceder al producto mascarilla para el rostro basado en Kaolín y almidón de papa. Las ventajas competitivas del producto por el cual se diferencia es precio, calidad, salud, el principal componente natural está basado en el almidón de papa, produce propiedades nutritivas dejando la piel suave y fresca.

Estrategia de Diferenciación:

- **Del producto:** Tiene un nivel de nutrientes el cual es natural y contiene beneficios para la piel, mejora la textura, manchas de la piel y la ilumina haciendo q se vea joven e hidratada.
- **En relación a los competidores:** Killa Sumaq, es elaborado con materias primas de calidad superior, el almidón de papa (es un elemento principal de composición que hidrata y nutre la piel), lo principal es que no lleva elementos químicos, se puede utilizar en pieles delicadas y sensibles y el Kaolín que permite

Estrategia de Enfoque:

Nos enfocaremos en el sector A y B en el cual nos enfocaremos a hidratar, limpiar y aclarar manchas, haciendo que la piel del rostro luzca luminosa y más limpia, nos centraremos abastecer en farmacia, supermercados, centros de belleza

Capítulo II

Análisis Del Entorno

2.1. Análisis del Macro entorno

2.1.1. Análisis del País

2.1.1.1. Capital

El nivel de concentración de consumidores está en Lima y el enfoque de la comercialización del producto son los niveles socioeconómicos A y B (sector 6 y 7).

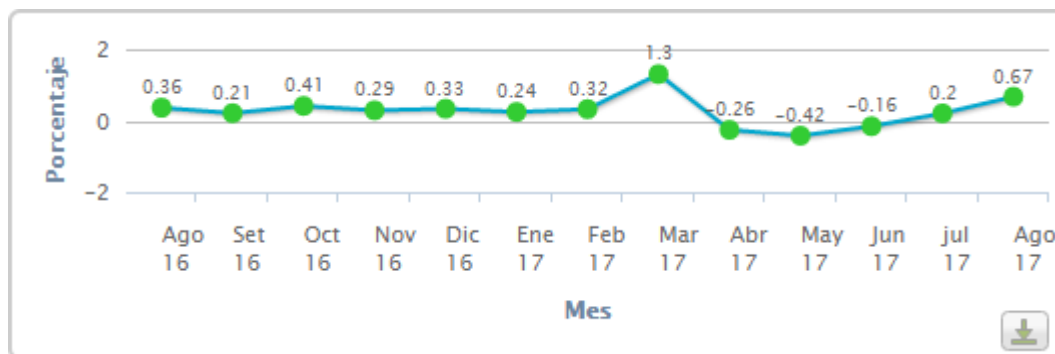
Superficie: 1, 285,215.6 Km²

Población estimada: 31, 151,643 Personas

Capital: Lima.

Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana – Base 2009 = 100

Mide el comportamiento de los precios de los bienes y servicios representativos en el gasto de los hogares de Lima Metropolitana.



Debido a la presencia de un entorno externo favorable, políticas macroeconómicas prudentes y reformas estructurales en diferentes áreas, lo que ha creado un escenario de alto crecimiento y baja inflación.

2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa

Tasa de crecimiento de la población.

Tabla 1 Tasa de crecimiento de la población

Años	Población			Tasa de crecimiento media de la población total (por cien)	
	Total	Hombres	Mujeres	Periodo Quinquenal	Periodo Anual
2010	29,461,933	14,768,901	14,693,032		1.13
2011	29,797,694	14,935,396	14,862,298		1.14
2012	30,135,875	15,103,003	15,032,872	1.12	1.13
2013	30,475,144	15,271,062	15,204,082		1.13
2014	30,814,175	15,438,887	15,375,288		1.11
2015	31,151,643	15,605,814	15,545,829		1.10

Fuente: INEI

Expresado en cifras numéricas

Elaboración: INEI

Tomando como punto de partida el 2010 tenemos que la tasa de crecimiento promedio de los últimos años, incluyendo lo que va del 2015, es de un 1.12% anual. Teniendo en cuenta las estimaciones del INEI se cuenta con un crecimiento estable de la población teniendo como principal variación 0.01%. Existe un ligero incremento de la población, ello es beneficioso para el proyecto ya que paralelamente crecerá la demanda.

Población económicamente activa

Actualmente el Perú cuenta con una PEA de un poco más de 17 millones de personas, población que al transcurrir los últimos cinco años ha mantenido un crecimiento sostenido de 1.71% en promedio, tal como lo indica el siguiente cuadro:

Tabla 2 PEA - Perú

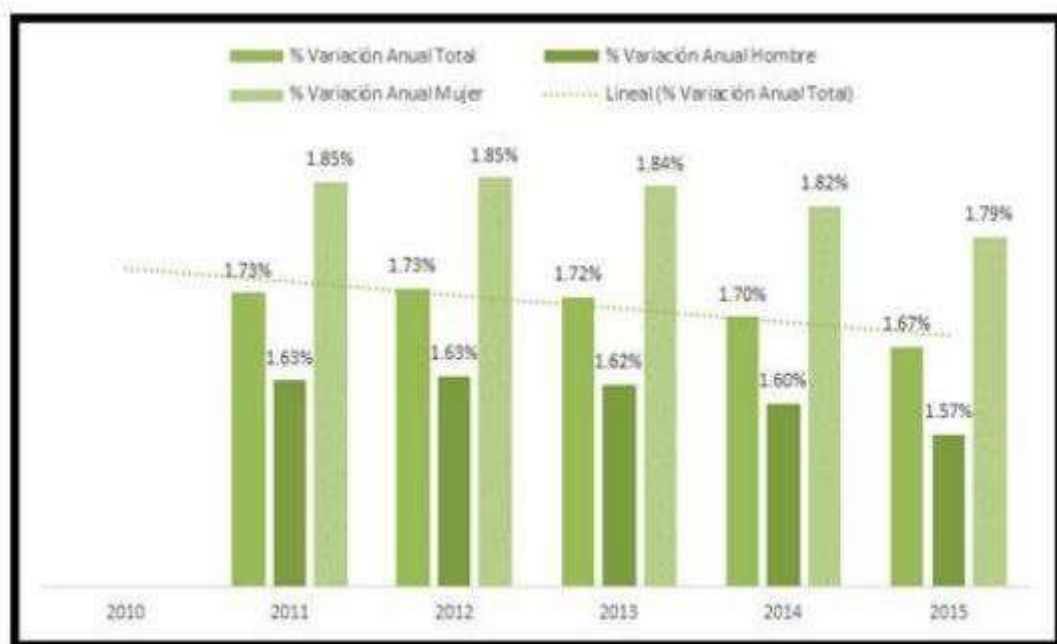
Sexo	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ambos sexos	15 676 329	15 946 921	16 222 896	16 502 210	16 782 745	17 062 409
% Variación Anual Total		1.73%	1.73%	1.72%	1.70%	1.67%
Hombre	8,787,718	8,930,883	9,076,783	9,224,268	9,372,147	9,519,248
% Variación Anual Hombre		1.63%	1.63%	1.62%	1.60%	1.57%
Mujer	6,888,611	7,016,038	7,146,113	7,277,942	7,410,598	7,543,161
% Variación Anual Mujer		1.85%	1.85%	1.84%	1.82%	1.79%

Fuente: BCR

Expresado en cifras numéricas y %

Según la información brindada por el INEI, tanto hombres como mujeres, han mantenido un crecimiento equiparable teniendo indicadores aproximados, llevando la ventaja la población femenina. Sin embargo, la tendencia total de crecimiento ha ido menguando tal como se aprecia en el siguiente gráfico:

Ilustración 2 PEA – Perú (índice porcentual)



Fuente: BCR Expresado en %

La PEA en los últimos cinco años si bien ha mantenido un crecimiento ha comenzado a desacelerar el ritmo de crecimiento. Para la capital, fuente que nos interesa estudiar para los fines de investigación de mercado presenta las siguientes cifras:

Tabla 3 PEA – Lima

Sexo	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ambos sexos	4 796 073	4 894 098	4 995 455	5 099 192	5 204 323	5 309 848
% Variación Anual Total		2.04%	2.07%	2.08%	2.06%	2.03%
Hombre	2,634,217	2,683,820	2,735,296	2,788,104	2,841,652	2,895,369
% Variación Anual Hombre		1.88%	1.92%	1.93%	1.92%	1.89%
Mujer	2,161,856	2,210,278	2,260,159	2,311,088	2,362,671	2,414,479
% Variación Anual Mujer		2.24%	2.26%	2.25%	2.23%	2.19%
% Participación Perú	30.59%	30.69%	30.79%	30.90%	31.01%	31.12%

Fuente: BCR

Teniendo en cuenta que la PEA de Lima representa alrededor del 31% en promedio a nivel nacional tenemos que considerar las variaciones que sufre esta para entender a cierto nivel como afecta al país. Como verán en el siguiente gráfico la tendencia, junto con la del Perú, tiene la misma línea de desaceleración y maneja casi las mismas variaciones porcentuales año tras año:

Tabla 4 PEA – Lima (Índice porcentual)



Fuente: BC. Expresado en %

Elaboración: Propia

Tal como se vio en el gráfico de la PEA, en las cifras que se muestran para Lima las mujeres tienen una mayor tendencia de crecimiento que los varones y a su vez 37 encontramos en sus porcentajes las mayores variaciones lo que nos indica, una vez más, la importancia de prestar atención al movimiento que genera la parte femenina de la población. Se tiene un segmento en crecimiento que son las mujeres, lo cual se convierte en un factor de oportunidad para el negocio, ya que la tendencia del consumo de productos naturales va en aumento.

2.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

Ilustración 3 Balanza comercial

BALANZA COMERCIAL (Millones de US\$)						
	2013	2014	2015	2016	2017	
				I Trim.	Año	I Trim.
I. Exportaciones	42 861	39 533	34 414	7 756	37 020	10 116
Productos tradicionales	31 553	27 686	23 432	5 258	26 137	7 444
Pesqueros	1 707	1 731	1 457	369	1 269	609
Agrícolas	786	847	723	91	878	103
Mineros	23 789	20 545	18 950	4 441	21 777	5 940
Petróleo y gas natural	5 271	4 562	2 302	357	2 213	792
Productos no tradicionales	11 069	11 677	10 895	2 478	10 782	2 637
Otros	238	171	88	20	100	34
II. Importaciones	42 356	41 042	37 331	8 387	35 132	8 993
Bienes de consumo	8 843	8 899	8 754	2 044	8 614	2 086
Insumos	19 528	18 797	15 911	3 479	15 140	4 336
Bienes de capital	13 664	12 911	12 002	2 746	11 113	2 524
Otros bienes	321	435	664	119	264	47
III. Balanza comercial (I-II)	504	-1 509	-2 916	-632	1 888	1 123

1/ Incluye estimación de exportaciones de oro no registradas por Aduanas.

Fuente: BCR

Expresado en cifras numéricas

Elaboración: BCR

En el cuadro podemos ver que el último año las exportaciones han superado a las importaciones, lo cual nos da oportunidad de poder pensar en una comercialización externa.

2.1.1.4. PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.

El Directorio del BCRP redujo la tasa de interés de referencia a 3.25 por ciento en Enero y se reafirma ya que es compatible con la proyección de inflación va hacia el rango meta en el horizonte de proyección 2015-2016; considerando actividad económica creciendo por debajo de su potencial, inflación es afectada por depreciación cambiara, aumento de precios en alimentos, combustibles, tarifas de servicios públicos, los indicadores internacionales muestran señales de recuperación.

Ilustración 4 PBI

PRODUCTO BRUTO INTERNO (Variaciones porcentuales anuales)						
	2013	2014	2015	2016	2017	
				I Trim.	Año	I Trim.
Agropecuario	1,5	1,9	3,2	2,5	2,0	-0,8
Agrícola	1,0	0,7	2,0	3,0	0,6	-4,6
Pecuario	2,5	5,8	5,2	1,8	4,0	4,2
Pesca	24,8	-27,9	15,9	1,8	-10,1	37,9
Minería e hidrocarburos	4,9	-0,9	9,5	15,7	16,3	4,1
Minería metálica	4,3	-2,2	15,7	25,0	21,1	3,9
Hidrocarburos	7,2	4,0	-11,5	-18,5	-5,1	5,3
Manufactura	5,0	-3,6	-1,5	-2,7	-1,5	1,7
De procesamiento de recursos primarios	8,6	-9,3	1,8	1,3	-0,5	11,4
No primaria	3,7	-1,5	-2,6	-4,2	-2,0	-1,0
Electricidad y agua	5,5	4,9	5,9	10,3	7,3	1,0
Construcción	8,9	1,9	-5,8	2,1	-3,1	-5,3
Comercio	5,9	4,4	3,9	2,8	1,8	0,1
Servicios 1/	6,2	5,0	4,2	4,4	3,9	3,0
PBI	5,8	2,4	3,3	4,5	3,9	2,1
Producción de sectores primarios	5,0	-2,2	6,8	10,3	9,8	4,4
Producción de sectores no primarios	6,0	3,6	2,4	3,0	2,3	1,4

1/ Incluye derechos de importación y otros impuestos a los productos.

Fuente: BCR Expresado en cifras numéricas - Elaboración: BCR

Ilustración 5 Inflación

INFLACIÓN (Variaciones porcentuales)								
	Peso	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
							Ene.-Ago.	12 meses
IPC	100,0	2,65	2,86	3,22	4,40	3,23	1,90	3,17
1. IPC sin alimentos y energía	56,4	1,91	2,97	2,51	3,49	2,87	1,80	2,57
a. Bienes	21,7	1,60	2,62	2,43	3,57	3,41	1,07	1,66
b. Servicios	34,8	2,10	3,18	2,55	3,44	2,54	2,25	3,14
2. Alimentos y energía	43,6	3,55	2,73	4,08	5,47	3,66	2,01	3,87
a. Alimentos y bebidas	37,8	4,06	2,24	4,83	5,37	3,54	2,62	4,13
b. Combustibles y electricidad	5,7	0,22	6,09	-0,85	6,20	4,48	-2,16	2,03
Combustibles	2,8	-1,48	5,95	-5,59	-6,33	0,61	0,56	4,14
Electricidad	2,9	2,19	6,23	4,37	18,71	7,53	-4,16	0,45

Fuente: BCR Expresado en cifras numéricas. Elaboración: BCR

Ilustración 6 Tasa de Interés

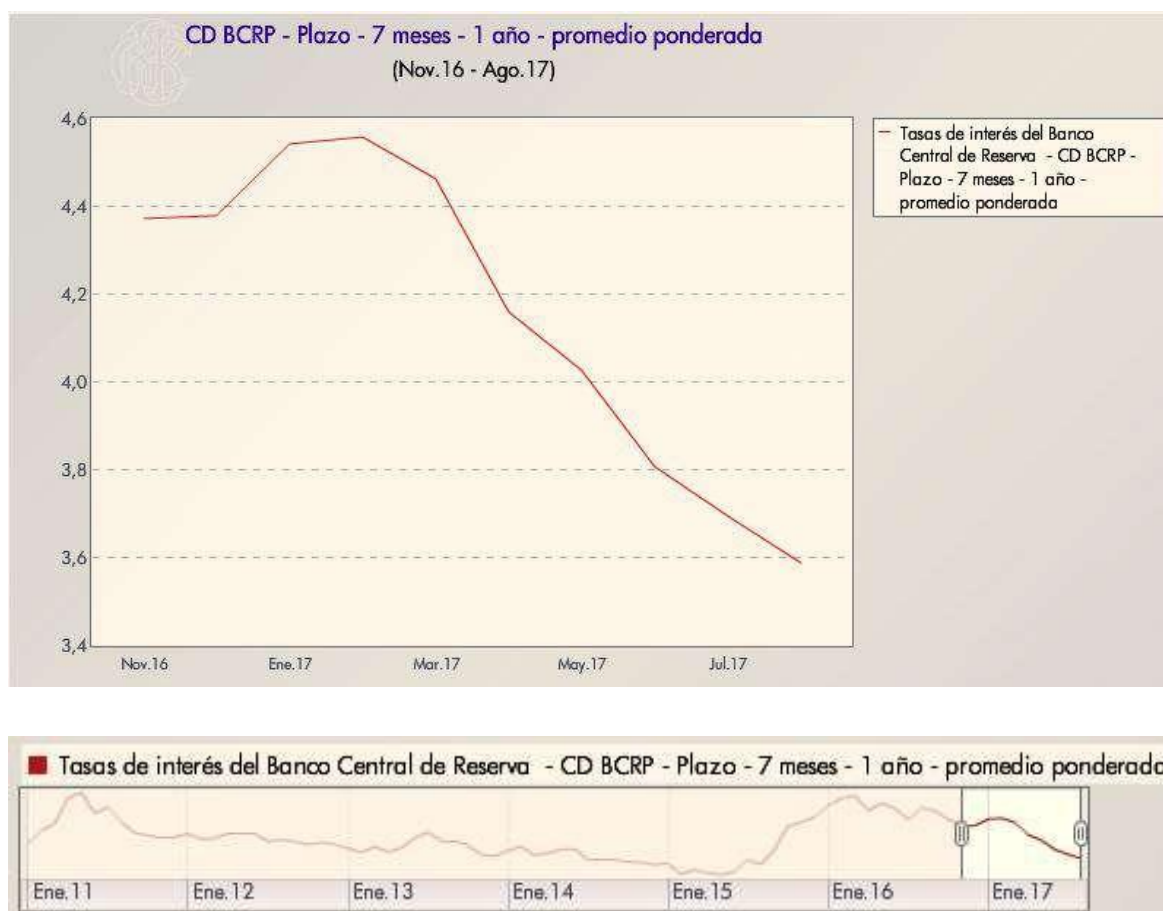


Ilustración 7 Tipo de cambio

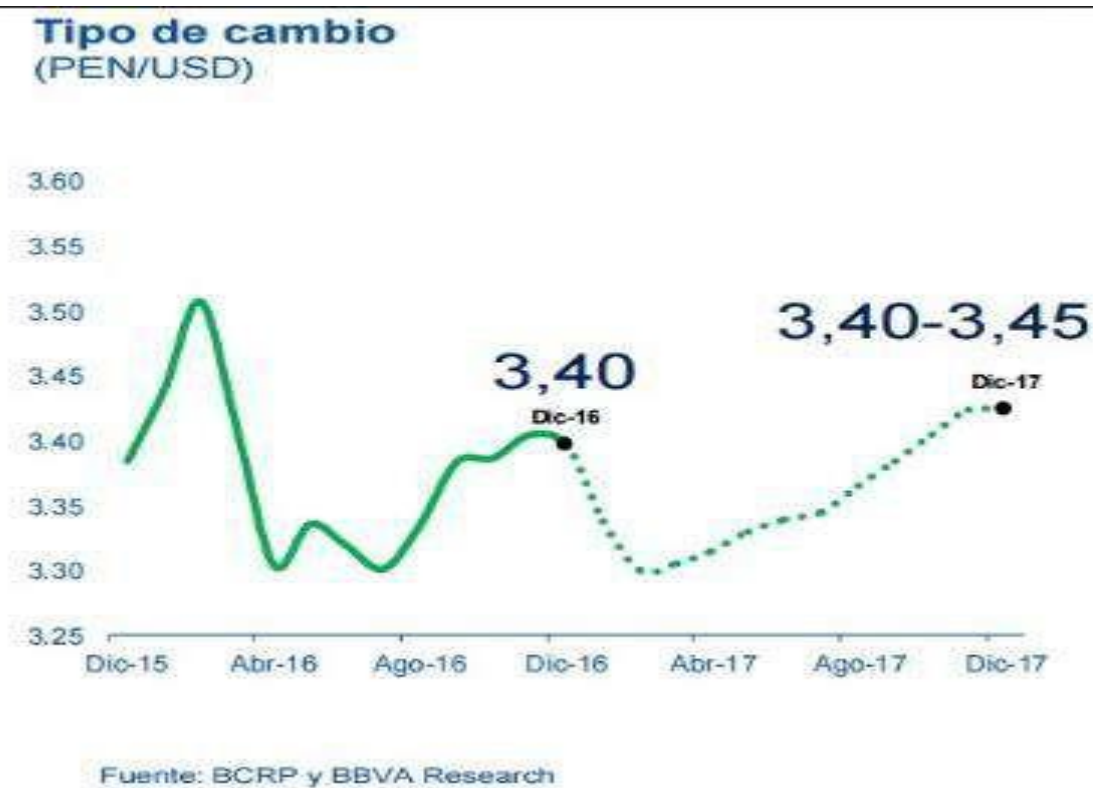


Ilustración 8 Riesgo País



2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Los productos cosméticos deben contar con Registro Sanitario, autorización otorgada por DIGEMID que autoriza la fabricación, importación y comercialización de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios.

DS 016-2011-SA, Reglamento para el Registro, Control y Vigilancia Sanitaria de productos sanitarios.

Para el caso específico de cosméticos, los cuales están dentro del grupo de Productos Sanitarios, el Registro Sanitario es reemplazado por el término de Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO).

Los productos cosméticos, para su ingreso a nuestro país a través de aduana requieren de Notificación Sanitaria Obligatoria. Esto incluye los productos adquiridos por cualquier medio, ya sea internet u otros.

2.2. Análisis del Micro entorno

2.2.1. Competidores actuales: nivel de competitividad.

Existe gran variedad de productos para mejorar la piel. Sin embargo, entre los más usados por nuestro público objetivo y como competidores directos tenemos a L´Occitane & K´allma muy usados y reconocidos en el mercado. Y como competidores indirectos y/o sustitutos están las mascarillas y cremas de otras marcas con sustancias químicas.

Tabla 5
Competidores

Nombre del producto	Dirección	Descripción
---------------------	-----------	-------------



L'Occitane

Productos naturales para
rostro y cuerpo



K'allma

Productos naturales para
rostro y cuerpo

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.

Tipo de cliente: Padres de familia con hijos entre 15 y 20 años de los Nivel Socioeconómico A, B & C.

Usuarios: Adolescentes entre 15 y 20 años de los Nivel Socioeconómico B y C. Dirigido principalmente a personas que invierten en su cuidado personal. Por ello, ofrecemos como alternativa un producto que además de darle buenos resultados no es agresivo para su piel y tiene especial cuidado por el medio ambiente.

En este sentido podemos determinar que nuestros clientes no pueden controlar ni negociar los siguientes aspectos:

Precio

Condiciones de pago

Exclusividad

Conclusión: La fuerza de negociación de los clientes es nula, puesto que no tienen poder de decisión en el negocio.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Los proveedores en este sector son muy escasos, puesto que existen pocas personas y/o empresas que comercializan nuestro producto más importante “el Almidón de papa y el Kaolín”. Por ello, lo ideal es tener proveedores que trabajen bajo un estricto control en la calidad de este producto para que no se altere en su composición.



<http://veradermis.com/blog/arcilla-verde-propiedades/>

Dentro de los insumos que se requerirán para la elaboración de nuestros productos debemos de considerar proveedores de materias primas como: Kaolín, almidón, óxido de zinc, dióxido de titanio y salicilato.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

Dentro de los productos sustitutos está la mascarilla hidratante de otras marcas del mercado pero que no cumple exactamente con la finalidad de tratar o disminuir las manchas y brindar la luminosidad necesaria. Sin embargo, su uso es muy frecuente en esos casos. Nuestro producto tiene muy pocos productos sustitutos.

2.2.5. Competidores potenciales barreras de entrada.

En el caso de barreras de entrada son muy escasas, ya que nuestro producto principal “el almidón de papa y el Kaolín” no son comercializados juntos. Sin embargo, no existen leyes que impidan la entrada de nuevos competidores.

Pero sí es importante resaltar que existen requisitos de calidad, normas y leyes de salubridad e higiene que podrían dificultar la entrada de competidos, ya que tienen que cumplir con estándares mínimos.

Para generar una barrera frente a los competidores indirectos sería la innovación constante en todos los aspectos tales como: calidad, precio, atención, promociones, etc.

En este punto los aspectos que podríamos mantener el control, para incrementar las bajas barreras son:

Economías de escala para que los consumidores tengan los mejores productos a los precios más bajos.

Contar con inversión de capital considerable.

No existen políticas gubernamentales que restrinjan el ingreso de nuevos competidores.

Generar una variedad de productos con los mejores precios y servicios con los cuales nuestros clientes se identifiquen y puedan fidelizarse.

La fuerza negociadora con los competidores potenciales: media.

CAPÍTULO III

Plan Estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa.

3.1.1. MISIÓN.

Trabajar en la elaboración de productos naturales de óptima calidad para contribuir a la salud y bienestar de los consumidores. Ofreciendo productos naturales y la fabricación de los mismos a cadenas de distribución, tiendas naturistas y consumidores en general.

3.1.2. VISIÓN.

“Desarrollo de productos y soluciones naturales del más alto nivel y avance tecnológico, con proyección al mercado internacional, ofreciendo empleos directos e indirectos, difundiendo una cultura basada en la vida sana, nutrición balanceada y buenos hábitos, para de esta forma obtener una excelente calidad de vida y contribuir a la industria peruana.”

3.2. Análisis FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Crecimiento del mercado de los productos naturales.	La apertura comercial con la que goza el Perú, la cual facilita la entrada a los diversos mercados del mundo
Es un producto con un proceso de fácil fabricación.	Ingresar a nuevos nichos de mercado por la calidad de nuestros productos de mascarillas, que nos dan una buena ventaja competitiva para aprovechar.
	La demanda de este producto está creciendo cada vez más en cuanto a la venta al público, al tratarse de una crema hecha con extractos naturales de la zona sería mayor.
DEBILIDADES	AMENAZAS

La falta de información y subvaluación de importaciones: ingreso de mascarillas	La competencia asiática.
líneas de crédito de financiamiento.	

3.3. Objetivos

3.3.1. OBJETIVO GENERAL:

Ofrecer una alternativa de solución al alivio del acné que ayude a restaurar la piel dando un aspecto más sano y luminoso utilizando elementos de practico uso, de manera rápida y eficaz.

3.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Utilizar elementos que no sean dañinos para la piel.
- Obtener una rentabilidad anual del 25%. sobre la inversión los 3 primeros años del negocio
- Implementar el primer punto de venta para la segunda mitad del año.
- Ingresar a 30 puntos de venta en el primer año.

Capítulo IV

Estudio de mercado

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivo General del Estudio

Nuestro objetivo es conocer la proporción de los clientes potenciales que se encuentran dispuestos a comprar nuestro producto, cuanto es lo que podrían pagar y contar con una información de una demanda insatisfecha del mercado.

Objetivos Específicos

- Conocer el posible posicionamiento de nuestro producto.
- Identificar la frecuencia de compra de nuestro consumidor.
- Conocer si el producto satisface las necesidades del consumidor.
- Conocer si nuestro producto cumple con las expectativas del consumidor potencial.
- Identificar la frecuencia de compra de nuestro producto.
- Identificar en la encuesta la pro y contra de nuestro producto.
- Analizar el comportamiento de nuestros posibles consumidores potenciales y su nivel de compra.

4.1.1. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

Segmentación Geográfica

- Lima, ubicada a orillas del Océano Pacífico, a los 12°4' Latitud Sur y 72°22' de Longitud Oeste; cuenta con una extensión de 2,812 km² de los cuales 798,6 km² son de área urbanizada y 179.9 km² de tierra de cultivo y 1,833.5 km² de tierras montañosas con poca posibilidad de ser urbanizadas. Limita por el Este con las estribaciones de la cordillera de los Andes y por el Oeste con el Océano Pacífico.

- La ubicación de nuestra geográfica de nuestra mascarilla para el rostro contara como sede de introducción solo en la ciudad de Lima Metropolitana.
- Nuestro producto va a ir dirigido al nivel socioeconómico A y B, donde se encuentran los posibles consumidores potenciales.
- Nuestro producto va a ir dirigido a los siguientes distritos:
 - Zona 06: Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.
 - Zona 07: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y la Molina.

Segmentación Demográfica

- Edad: Personas que se encuentran entre la edad de 15 y 40 años de edad.
- Género: Se considera ambos sexos masculinos y femeninos.
- Ingresos: Dirigidos a todas las personas que se encuentren económicamente activos, aquellos que reciban ingresos frecuentes, pequeños empresarios, ejecutivos, etc.
- Educación: Indistinta, estimamos que nuestros clientes se encuentren dentro de los que tengan un nivel superior en educación con alta probabilidad de actualizarse profesionalmente.
- Ocupación: Se encuentren dentro de la población económicamente activo. (PEA)

Segmentación Psicografica

Nuestro proyecto de investigación se encuentra dirigido en personas de nivel socioeconómico A y B, tomando en cuenta las siguientes variables Psicografica:

- Afortunados: ““Segmento mixto, con un nivel de ingresos más altos que el promedio. Son muy modernos, educados, liberales, cosmopolitas y valoran mucho la imagen personal. Son innovadores en el consumo y cazadores de tendencias. Le importa mucho su estatus, siguen la moda y son asiduos consumidores de productos “light”. En su mayoría son más jóvenes que el promedio de la población” (Estudio Arellano,

2012). En este grupo podemos identificar claramente que se encuentra segmentado para el esquema de negocio que estamos ofreciendo. El factor de dinero toma un papel importante ya que pueden adquirir bienes y/o servicios de preferencias personales de manera frecuente.

- Conservadoras.- “Mujeres de tendencia bastante religiosa y tradicional. Típicas “mamá gallina”, siempre persiguen el bienestar de los hijos y la familia, y son responsables de casi todos los gastos relacionados al hogar. Se visten básicamente para “cubrirse” y solo utilizan maquillaje de forma ocasional. Gustan de las telenovelas y su pasatiempo preferido es jugar con sus hijos. Están en todos los NSE” (Estudio Arellano, 2012). En este grupo podemos identificar claramente que existe una preocupación por el cuidado personal, ya sea para uno mismo o para personas cercanas. Encontrando a personas dentro de nuestra segmentación como compradores indirectos de manera ocasional.
 - Nivel Socioeconómico: NSE A y B
 - Intereses: Personas que busquen tratamientos con productos naturales.

Segmentación Conductual

- El mercado disponible o que utiliza mascarillas para el rostro o productos similares está cuantificado en un 75.30% del mercado objetivo al cual nos la investigación se está orientamos.
- El 75.40% de la muestra estaría dispuesta a utilizar mascarillas para el rostro con propiedades naturales.
- Las referencias de amigos y familiares toman un papel importante para la toma de decisión de compra del producto.
- El consumo promedio de compra de nuestros consumidores oscila de 05 a 07 pots 21.90% al año y de 08 a más pots 51.09%
- Existen una tendencia de consumo por los productos naturales y desistiendo de los productos elaborados con ingredientes químicos, debido los pensamientos del cuidado ambiental.

4.1.2. MARCO MUESTRAL

Calculo del Tamaño de la Muestra

La población de personas en las zonas 06 y 07 de Lima Metropolitana es de 1'144,959 habitantes considerando un NSE A y B. La para una población mayor a 100,000 habitantes utilizaremos la siguiente formula:

Cuadro Nro. 1
Formula de Tamaño de Muestra

$$n = \frac{(Z^2) \cdot p \cdot q}{E^2}$$

- Nivel de confianza =95% $Z=1.96$
- Probabilidad de éxito (p) =50%
- Probabilidad de fracaso (q) =50%
- Margen de error = 5%

Cuadro Nro. 2
Cálculo de muestra

$$N = \frac{(1.96^2) \cdot 50\% \cdot 50\%}{(5\%^2)} = 385$$

Ilustración 9 Distribución de la muestra por nivel Socioeconómico, edades y Distritos seleccionados, Expresado en número habitantes

Distrito	Poblacion 2017 según INEI	A	B	Factor Nse	15-20	20-25	25-30	30-35	35-40	Factor edad(15-40)	Mercado Potencial	% de cuota	Cuota distribuida
Jesus Maria	91,347	13.60%	58.00%	71.60%	6.85%	7.95%	7.50%	7.51%	7.36%	37.17%	24,311	7.24%	28
Lince	46,324	13.60%	58.00%	71.60%	6.97%	7.82%	7.73%	7.66%	7.44%	37.62%	12,479	3.72%	14
Pueblo Libre	72,532	13.60%	58.00%	71.60%	7.21%	7.74%	7.14%	7.30%	7.06%	36.45%	18,928	5.64%	22
Magdalena	52,899	13.60%	58.00%	71.60%	7.18%	7.60%	7.32%	7.87%	7.40%	37.38%	14,156	4.22%	16
San Miguel	130,391	13.60%	58.00%	71.60%	7.42%	8.12%	7.73%	7.84%	7.75%	38.86%	36,279	10.81%	42
Miraflores	76,783	34.60%	45.20%	79.80%	5.65%	6.96%	7.51%	8.13%	7.73%	35.98%	22,045	6.57%	25
San Isidro	50,360	34.60%	45.20%	79.80%	5.69%	6.57%	6.67%	6.84%	7.50%	33.28%	13,374	3.98%	15
San Borja	108,009	34.60%	45.20%	79.80%	6.91%	7.95%	7.48%	7.72%	7.85%	37.91%	32,676	9.74%	37
Surco	341,963	34.60%	45.20%	79.80%	7.64%	7.94%	7.35%	7.76%	8.13%	38.82%	105,942	31.56%	122
La Molina	174,351	34.60%	45.20%	79.80%	8.10%	8.78%	7.59%	7.57%	7.82%	39.86%	55,460	16.52%	64
											335,649	100.00%	385

Total de encuestas a realizar: 384 personas (ver anexo 2)

4.1.3. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Las entrevistas se han realizado a especialistas con experiencia en el rubro cosmético y que participan en el proceso productivo/operaciones.

Entrevistado 1.

Nombre : Dr. Samuel Bonilla

Industria : Farmacéutica

Cargo : Jefe del Área de Calidad

Rol para Proyecto : Especialista en Dermatología

Fecha de entrevista : 18/09/2017

Experiencia personal : 15 años en Industria Farmacéutica y cosmética.

Ilustración 10 Dr. Samuel Bonilla Jefe de Calidad



Principales conclusiones:

Entrevistado 1.

- Las principales propiedades del almidón son la vitamina A, B y C. Además de contener antioxidantes.
- Beneficios del producto: Reduce arrugas, blanquea la piel y disminuye las manchas, puesto a las propiedades antes señaladas.
- El proyecto de mascarilla de almidón de papa sería interesante, ya que en la actualidad no se produce de manera industrial.
- Contar con un proveedor confiable que abastezca almidón de papa de calidad, para que las propiedades no se pierdan al momento de la transformación del producto.
- Recomienda realizar pruebas en animales una vez se cuente con el prototipo, con la finalidad de evaluar el comportamiento del producto.
- El tipo de investigación demanda

Entrevistado 2

Nombre : Claudia

Cargo : Asesora

Rol para Proyecto : Competencia

Fecha de entrevista : 19/09/2017

Página web : <http://pe.loccitane.com/>

Información del negocio

La empresa L'occitane inicio sus operaciones hace 16 años en Lima, actualmente cuenta con 04 locales los cuáles se ubican en el Jockey Plaza, Larcomar, Plaza San Miguel y Real Plaza Salaverry. Los productos que comercializan son relacionados al cuidado personal, donde destaca las cremas y mascarillas a base de productos naturales.

En la entrevista que nos brindó la asesora de la boutique ubicado en Real Plaza Salaverry podemos resaltar que los productos se comercializan durante todo el año, es decir no es estacional y muchos clientes provienen por recomendaciones, en su mayoría mujeres mayores a 25 años. Además, comenta que la tendencia de compra de los consumidores es por los productos naturales.

Ilustración 11 Ambientación de la tienda



4.1.4. Focus Group.

Se realizó el Focus, y la síntesis del Focus ha sido la siguiente:

Primer Focus

Fecha del Focus: se realizó el 21 de septiembre del 2017.

Lugar: Oficina de Lima Autos Kia.

Ilustración 12 Desarrollo del Focus Group



Síntesis:

- Los asistentes afirman que han utilizado productos para el cuidado personal, además han indicado que son compradores habituales.
- Los asistentes indican que por lo general los productos de cuidado personal los adquieren en centros comerciales, tiendas por departamentos y en boticas.
- Los asistentes asociaron el producto con lo natural, debido a que el almidón de papa tiene como principales propiedades la vitamina A, B y C. Además de contener antioxidantes.
- Solo un participante ha visto un producto similar hecho con almidón de papa pero de manera artesanal.

- Ningún participante ha visto una mascarilla para el rostro a base de almidón de papa de manera industrializada.
- El producto lo asocian con un tratamiento para el cuidado del rostro, debido a sus nutrientes y características que tiene el almidón de papa.
- Los participantes indican que estarían dispuestos a pagar por el producto en presentación de 50 ml entre S/40.00 y S/70.00 y en la presentación de 200 ml entre S/130.00 y S/170.00.
- Todos los participantes indican que estarían dispuestos a probar el producto para probar los resultados.

Conclusiones:

- El nombre del producto Killa Sumaq es aceptado por los asistentes.
- Producto innovador ya que no lo han visto en el mercado.
- El diseño de la etiqueta debe de ir pegado al centro del producto, de manera que sea más visible para el comprador.
- Los precios sugeridos son los siguientes:
 - Presentación de 50 ml: S/60.00
 - Presentación de 200 ml: S/ 150.00
- Recomiendan que la comercialización del producto inicie en centros comerciales, boticas y posteriormente en tiendas por departamento.
- Recomiendan que hagamos a conocer de donde son oriundas el almidón de papa y dar a conocer el nombre originario del producto que se encuentra en quechua.
- Una conclusión importante a la que ha llegado el grupo, es que la mascarilla de almidón de papa lo asocian con un tratamiento con ingredientes naturales y que en la actualidad existen una tendencia al consumo con estas características.

4.1.5. ENCUESTAS.

La metodología que se aplicó en las encuestas para nuestra investigación ha sido del método descriptivo exploratorio, recolectando información sin ser manipulada por nuestro equipo ya que no interferimos en las manifestaciones presentadas durante el proceso, para ello hemos utilizado procedimientos de inspección u observación.

Los resultados obtenidos forman parte de una población representativa de la muestra, aplicando elementos importantes que consideramos en el proceso de muestreo, por lo tanto las encuestas serán aplicadas en 2(dos) formas, virtual y presencial para ello es de nuestro criterio absoluto los porcentajes de la misma, cada pregunta de nuestra encuestas responderá un Objetivo específico alineada a nuestra visión y misión.

Problema:

Identificar las necesidades de nuestros consumidores potenciales del NSE “A y B” de la Zona 6 y 7 de Lima Metropolitana en relación al consumo de compra de mascarillas para el rostro que actualmente son comercializados mediante los canales modernos

Propósito de la investigación

Proporcionar información que sea de utilidad para el proyecto de implementación de una planta de fabricación de mascarillas para el rostro, con la finalidad de obtener información importante y confiable en referencia a las expectativas de preferencias del consumidor, canales de distribución, precios y consumo habitual.

Con esta información el grupo planteara propuestas y desarrollara las estrategias adecuadas en gestión, administración y comunicación e imagen de la marca que se espera planteara en el desarrollo de la investigación.

4.2. DEMANDA Y OFERTA

4.2.1. ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

Mercado Potencial= Población Proyectada * NSE en % * Edad en %

Cuadro Nro. 3
Población actual segmentada según distrito

Distrito	NSEA	NSEB	Total NSE	15-20	20-25	25-30	30-35	35-40	Edad 15-40 años
Jesús María	13.60%	58.00%	71.60%	6.85%	7.95%	7.50%	7.51%	7.36%	37.17%
Lince	13.60%	58.00%	71.60%	6.97%	7.82%	7.73%	7.66%	7.44%	37.62%
Pueblo Libre	13.60%	58.00%	71.60%	7.21%	7.74%	7.14%	7.30%	7.06%	36.45%
Magdalena	13.60%	58.00%	71.60%	7.18%	7.60%	7.32%	7.87%	7.40%	37.38%
San Miguel	13.60%	58.00%	71.60%	7.42%	8.12%	7.73%	7.84%	7.75%	38.86%
Miraflores	34.60%	45.20%	79.80%	5.65%	6.96%	7.51%	8.13%	7.73%	35.98%
San Isidro	34.60%	45.20%	79.80%	5.69%	6.57%	6.67%	6.84%	7.50%	33.28%
San Borja	34.60%	45.20%	79.80%	6.91%	7.95%	7.48%	7.72%	7.85%	37.91%
Surco	34.60%	45.20%	79.80%	7.64%	7.94%	7.35%	7.76%	8.13%	38.82%
La Molina	34.60%	45.20%	79.80%	8.10%	8.78%	7.59%	7.57%	7.82%	39.86%

Cuadro Nro. 4
Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2018

	Población Total 2018	NSE A y B	Edad 15-40 años	Mercado Potencial 2018
Jesús María	93,972	71.60%	37.171%	25,010
Lince	45,280	71.60%	37.622%	12,197
Pueblo Libre	72,060	71.60%	36.447%	18,805
Magdalena	52,955	71.60%	37.376%	14,171
San Miguel	130,216	71.60%	38.860%	36,231
Miraflores	75,657	79.80%	35.979%	21,722
San Isidro	49,405	79.80%	33.279%	13,120
San Borja	107,988	79.80%	37.911%	32,670
Surco	346,899	79.80%	38.823%	107,471
La Molina	178,841	79.80%	39.861%	56,888
Total	1,153,273			338,284

Cuadro Nro. 5
Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación - Año 2019

	Población Total 2019	NSE A y B	Edad 15-40 años	Mercado Potencial 2019
Jesús María	96,758	71.60%	37.171%	25,751

	Población Total 2019	NSE A y B	Edad 15-40 años	Mercado Potencial 2019
Lince	44,230	71.60%	37.622%	11,915
Pueblo Libre	71,582	71.60%	36.447%	18,680
Magdalena	53,023	71.60%	37.376%	14,189
San Miguel	130,036	71.60%	38.860%	36,180
Miraflores	74,506	79.80%	35.979%	21,391
San Isidro	48,438	79.80%	33.279%	12,863
San Borja	107,979	79.80%	37.911%	32,667
Surco	351,858	79.80%	38.823%	109,007
La Molina	183,418	79.80%	39.861%	58,344
Total	1,161,828			340,988

Cuadro Nro. 6
Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2020

	Población Total 2020	NSE A y B	Edad 15-40 años	Mercado Potencial 2020
Jesús María	99,687	71.60%	37.171%	26,531
Lince	43,164	71.60%	37.622%	11,627
Pueblo Libre	71,084	71.60%	36.447%	18,550
Magdalena	53,090	71.60%	37.376%	14,207
San Miguel	129,825	71.60%	38.860%	36,122
Miraflores	73,316	79.80%	35.979%	21,050
San Isidro	47,449	79.80%	33.279%	12,601
San Borja	107,960	79.80%	37.911%	32,661
Surco	356,772	79.80%	38.823%	110,530
La Molina	188,046	79.80%	39.861%	59,816
Total	1,170,393			343,694

Cuadro Nro. 7
Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2021

	Población Total 2021	NSE A y B	Edad 15-40 años	Mercado Potencial 2021
Jesús María	102,768	71.60%	37.17%	27,351
Lince	42,086	71.60%	37.62%	11,337
Pueblo Libre	70,570	71.60%	36.45%	18,416
Magdalena	53,162	71.60%	37.38%	14,227

	Población Total 2021	NSE A y B	Edad 15-40 años	Mercado Potencial 2021
San Miguel	129,595	71.60%	38.86%	36,058
Miraflores	72,094	79.80%	35.98%	20,699
San Isidro	46,442	79.80%	33.28%	12,333
San Borja	107,941	79.80%	37.91%	32,655
Surco	361,673	79.80%	38.82%	112,048
La Molina	192,743	79.80%	39.86%	61,310
Total	1,179,074			346,434

Cuadro Nro. 8
Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación – Año 2022

	Población Total 2022	NSE A y B	Edad 15-40 años	Mercado Potencial 2022
Jesús María	106,001	71.60%	37.17%	28,211
Lince	40,995	71.60%	37.62%	11,043
Pueblo Libre	70,043	71.60%	36.45%	18,278
Magdalena	53,239	71.60%	37.38%	14,247
San Miguel	129,344	71.60%	38.86%	35,988
Miraflores	70,839	79.80%	35.98%	20,339
San Isidro	45,418	79.80%	33.28%	12,061
San Borja	107,921	79.80%	37.91%	32,649
Surco	366,561	79.80%	38.82%	113,562
La Molina	197,510	79.80%	39.86%	62,826
Total	1,187,871			349,206

Cuadro Nro. 9
Resumen de Proyección de crecimiento de la población de los distritos según segmentación

Distrito	2018	2019	2020	2021	2022
Jesús María	25,010	25,751	26,531	27,351	28,211
Lince	12,197	11,915	11,627	11,337	11,043
Pueblo Libre	18,805	18,680	18,550	18,416	18,278
Magdalena	14,171	14,189	14,207	14,227	14,247
San Miguel	36,231	36,180	36,122	36,058	35,988

Miraflores	21,722	21,391	21,050	20,699	20,339
San Isidro	13,120	12,863	12,601	12,333	12,061
San Borja	32,670	32,667	32,661	32,655	32,649
Surco	107,471	109,007	110,530	112,048	113,562
La Molina	56,888	58,344	59,816	61,310	62,826
Mercado Potencial en personas	338,284	340,988	343,694	346,434	349,206

4.2.2. ESTIMACIÓN DEL MERCADO DISPONIBLE

Mercado Disponible= Mercado Potencial * Factor mercado disponible

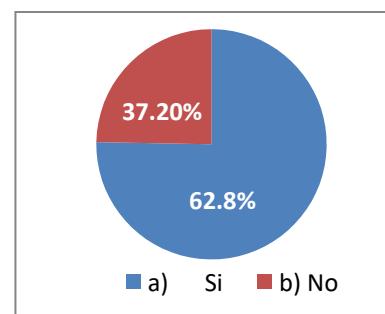
Sección 1: Perfil del consumidor

¿Ha utilizado una mascarilla para el rostro?

	%	Personas
a) Si	75.3%	290
b) No	24.7%	95
	100.0%	385

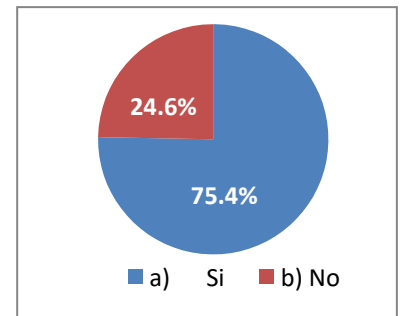
¿Es consumidor de mascarilla para el rostro?

	%	Personas
a) Si	62.8%	182
b) No	37.2%	108
	100.0%	290



¿Estaría dispuesto a utilizar una mascarilla para la cara a base de derivados de la papa?

	%	Personas
a) Si	75.4%	137
b) No	24.6%	45
	100.0%	182



Factor mercado disponible: 35.655%

Cuadro Nro. 10 **Resumen de mercado disponible**

Distrito	2018	2019	2020	2021	2022
Jesús María	8,917	9,182	9,460	9,752	10,059
Lince	4,349	4,248	4,146	4,042	3,937
Pueblo Libre	6,705	6,660	6,614	6,566	6,517
Magdalena	5,053	5,059	5,066	5,073	5,080
San Miguel	12,918	12,900	12,879	12,857	12,832
Miraflores	7,745	7,627	7,505	7,380	7,252
San Isidro	4,678	4,586	4,493	4,397	4,301

San Borja	11,648	11,648	11,645	11,643	11,641
Surco	38,319	38,867	39,410	39,951	40,491
La Molina	20,284	20,803	21,328	21,860	22,401
Mercado Disponible en personas	120,617	121,581	122,546	123,522	124,511

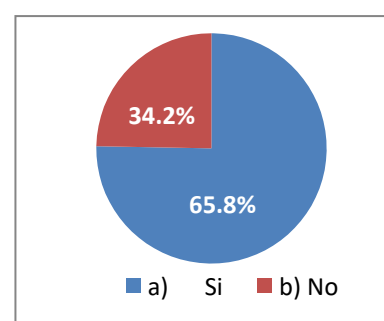
4.2.3. ESTIMACIÓN DEL MERCADO EFECTIVO

Mercado Efectivo= Mercado Disponible * Disposición de compra * rango precio

Sección 3: Validación del producto

¿Compraría nuestra mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?

	%	Personas
Si	65.80%	120
No	34.20%	62
	100.00%	182



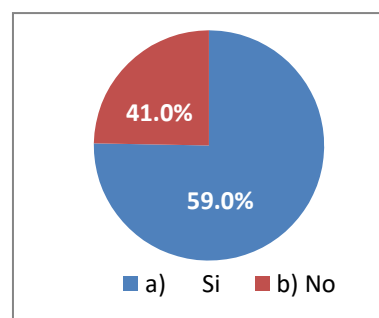
Cuadro Nro. 11
Resumen de Mercado Efectivo

Mercado efectivo general	2018	2019	2020	2021	2022
Jesús María	5,868	6,042	6,224	6,417	6,619
Lince	2,862	2,795	2,728	2,660	2,591
Pueblo Libre	4,412	4,383	4,352	4,321	4,288
Magdalena	3,325	3,329	3,333	3,338	3,343
San Miguel	8,500	8,488	8,475	8,460	8,443
Miraflores	5,096	5,019	4,939	4,856	4,772

San Isidro	3,078	3,018	2,956	2,894	2,830
San Borja	7,665	7,664	7,663	7,661	7,660
Surco	25,214	25,575	25,932	26,288	26,643
La Molina	13,347	13,688	14,034	14,384	14,740
Mercado efectivo general en personas	79,366	80,000	80,635	81,278	81,928

En qué presentación le gustaría adquirir nuestra mascarilla?

	%	Personas
a) 50 ml	59.0%	71
b) 200 ml	41.0%	49
	100.0%	120



¿Compraría nuestra mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?

Mercado efectivo presentación de 50 ml

Si eligió presentación de 50 ml ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pote de mascarilla para la cara de tamaño de 50 ml??

	%
De S/. 30.00 a S/. 60.00	43.50%
De S/. 60.00 a S/. 90.00	28.30%
Más de S/. 90.00	28.20%
	100.0%

Factor precio presentación 50 ml	28.30%
Mercado efectivo por tipo de presentación 50 ml	16.697%

	2018	2019	2020	2021	2022
Jesús María	980	1,009	1,039	1,071	1,105
Lince	478	467	455	444	433
Pueblo Libre	737	732	727	721	716
Magdalena	555	556	557	557	558
San Miguel	1,419	1,417	1,415	1,413	1,410

Miraflores	851	838	825	811	797
San Isidro	514	504	494	483	472
San Borja	1,280	1,280	1,279	1,279	1,279
Surco	4,210	4,270	4,330	4,389	4,449
La Molina	2,228	2,286	2,343	2,402	2,461
Mercado efectivo personas que prefieren presentación de 50 ml	13,252	13,358	13,464	13,571	13,680

Mercado efectivo por preferencia	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado efectivo personas que prefieren presentación de 50 ml	13,252	13,358	13,464	13,571	13,680
Mercado efectivo personas que prefieren presentación de 200 ml	7,387	7,446	7,505	7,565	7,625
Mercado efectivo en personas	20,638	20,803	20,968	21,135	21,305

Mercado efectivo presentación de 200 m

¿Si eligió presentación de 200ml Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pote de mascarilla para la cara de tamaño de 200 ml?

	%
De S/. 120.00 a S/. 150.00	40.50%
De S/. 150.00 a S/. 180.00	22.70%
Más de S/. 180.00	36.80%
	100.0%

Factor precio presentación 200 ml	22.70%
Mercado efectivo por tipo de presentación 200 ml	9.307%

	2018	2019	2020	2021	2022
Jesús María	546	562	579	597	616
Lince	266	260	254	248	241
Pueblo Libre	411	408	405	402	399
Magdalena	309	310	310	311	311

San Miguel	791	790	789	787	786
Miraflores	474	467	460	452	444
San Isidro	286	281	275	269	263
San Borja	713	713	713	713	713
Surco	2,347	2,380	2,413	2,447	2,480
La Molina	1,242	1,274	1,306	1,339	1,372
Mercado efectivo personas que prefieren presentación de 200 ml	7,387	7,446	7,505	7,565	7,625

4.2.4. ESTIMACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.

Mercado Objetivo= Mercado Efectivo * Tasas de mercado objetivo

Utilizaremos la metodología de Pareto para establecer la tasa del mercado objetivo del primer año.

Pareto establece que el 80% de los ingresos provienen de un primer 20%. Metodología de (4:1). Por ende, de ese 20% captaremos el 15% para ser conservadores

Tasa de mercado objetivo 2018(15%*20%)

Esta tasa crecería aritméticamente al 50% del crecimiento promedio de la población proyectada

	2017	2018	2019	2020	2021
Población distritos zona 6 y 7	1,144,959	1,153,273	1,161,828	1,170,393	1,179,074
Tasas de crecimiento		0.726%	0.742%	0.737%	0.742%

Tasa de crecimiento promedio	0.737%
crecimiento del mercado objetivo 50%	0.368%

	2018	2019	2020	2021	2022
Tasas de mercado objetivo	3.00%	3.37%	3.74%	4.11%	4.47%

Distrito	2018	2019	2020	2021	2022
Mercado objetivo personas que prefieren presentación de 50 ml	398	450	503	557	612
Mercado objetivo personas que prefieren presentación de 200 ml	222	251	280	311	341
Mercado Objetivo en personas	619	701	784	868	953

4.2.5. FRECUENCIA DE COMPRA

Si eligió presentación de 50 ml ¿Cuántos potes de mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa compraría al mes?

	Promedio	Resultados en %	Consumo ponderado	
1 – 2 potes	1.5	44%	0.666	
3 – 4 potes	3.5	31%	1.0815	
5 – 7 potes	6	19%	1.158	
8 – más	8	6%	0.464	
		100%	3.3695	unidades al mes
			40.434	unidades al año de 50 ml

Si eligió presentación de 200ml ¿Cuántos potes de mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa compraría al mes?

	Promedio	Resultados en %	Consumo ponderado
1 – 2 potes	1.5	50.40%	0.756
3 – 4 potes	3.5	40.20%	1.407
5 – 7 potes	6	6.10%	0.366
8 – más	8	3.30%	0.264
		100%	2.793
			33.516

4.2.6. CUANTIFICACIÓN ANUAL DE LA DEMANDA

Cuantificación anual de la demanda

DEMANDA DE PRODUCTO POR AÑO = Mercado objetivo * frecuencia de compra ponderada

	2018	2019	2020	2021	2022
Frascos de 50 ml	16,075	18,193	20,342	22,526	24,743
Frascos de 200 ml	7,427	8,406	9,399	10,408	11,432
Total demanda en unidades	23,502	26,598	29,741	32,933	36,176

4.2.7. ESTACIONALIDAD

¿En qué estaciones del año considera que utilizaría más nuestra mascarilla para el rostro?

		Distribución de todo el año	Total estacionalidad
Verano(enero - Marzo)	10.00%	14.92%	24.92%
Otoño(Abril- Junio)	8.08%	14.92%	23.00%
Invierno(Julio- setiembre)	10.20%	14.92%	25.12%
Primavera(Octubre- diciembre)	12.04%	14.92%	26.96%
Todo el año	59.68%		
Total	100.00%		

	Verano(enero - Marzo)	Otoño(Abril- Junio)	Invierno(Julio- setiembre)	Primavera(Octubre- diciembre)	Total
2018	17.44%	19.55%	25.12%	26.96%	89.08%
2019	24.92%	23.00%	25.12%	26.96%	100.00%
2020	24.92%	23.00%	25.12%	26.96%	100.00%
2021	24.92%	23.00%	25.12%	26.96%	100.00%
2022	24.92%	23.00%	25.12%	26.96%	100.00%

En el primer trimestre del primer año castigaremos el 30% debido a que recién el negocio está empezando y es incierto, también castigaremos el 15% en el segundo trimestre debido a que la marca aun no es fuerte, a partir del tercer trimestre se asume el negocio está

estable y en el cuarto trimestre se venderá el resto para llegar al 100% a partir del segundo año el comportamiento es normal

Tabla 6 Estacionalidad 2018

Enero	4.815%
Febrero	5.815%
Marzo	6.815%
Abril	5.517%
Mayo	6.517%
Junio	7.517%
Julio	8.375%
Agosto	8.375%
Septiembre	8.375%
Octubre	8.987%
Noviembre	8.987%
Diciembre	8.987%
	89.078%

Tabla 7 Estacionalidad 2019-2022

enero	8.307%
febrero	8.307%
marzo	8.307%
abril	7.667%
mayo	7.667%
junio	7.667%
julio	8.375%
agosto	8.375%
septiembre	8.375%
octubre	8.987%
noviembre	8.987%
diciembre	8.987%
	100.00%

4.2.8. PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES Y VALORIZADO.

¿Dónde le gustaría encontrar nuestra mascarilla para el rostro?

	%	Redistribución
Tiendas por departamento	27.70%	31.09%
Supermercados	46%	51.63%
Spas	15.40%	17.28%
Total	89.10%	100.00%

Precio sugerido al público presentación 50 ml	S/. 60.00
Valor venta	S/. 50.85
Margen aproximado tiendas por departamento 25%	S/. 12.71
Valor venta neto tiendas por departamento	S/. 38.14

Precio sugerido al público presentación 200 ml	S/. 150.00
Valor venta	S/. 127.12
Margen aproximado tiendas por departamento 25%	S/. 31.78
Valor venta neto tiendas por departamento	S/. 95.34
Canal Supermercados	

Precio sugerido al público presentación 50 ml	S/. 60.00
Valor venta	S/. 50.85
Margen aproximado súper mercado 30%	S/. 15.25
Valor venta neto supermercado	S/. 35.59

Precio sugerido al público presentación 200 ml	S/. 150.00
Valor venta	S/. 127.12
Margen aproximado súper mercado 30%	S/. 38.14
Valor venta neto supermercado	S/. 88.98

Canal Spas

Precio sugerido al público presentación 50 ml	S/. 60.00	Precio sugerido al público presentación 200 ml	S/. 150.00
Valor venta	S/. 50.85	Valor venta	S/. 127.12
Margen aproximado spas 35%	S/. 17.80	Margen aproximado spas 35%	S/. 44.49
Valor venta neto spas	S/. 33.05	Valor venta neto spas	S/. 82.63

Tabla 8 Programa Anual de Ventas en Unidades 2018

Año 2018	Estacionalidad	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	4.81%	774	358	1,132
Febrero	5.81%	935	432	1,367
Marzo	6.81%	1,095	506	1,602
Abril	5.52%	887	410	1,297
Mayo	6.52%	1,048	484	1,532
Junio	7.52%	1,208	558	1,767
Julio	8.37%	1,346	622	1,968
Agosto	8.37%	1,346	622	1,968
Septiembre	8.37%	1,346	622	1,968
Octubre	8.99%	1,445	667	2,112
Noviembre	8.99%	1,445	667	2,112
Diciembre	8.99%	1,445	667	2,112
TOTAL	89.08%	14,319	6,616	20,935

Tabla 9 Ingresos tiendas por departamento 2018

Año 2018	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 9,175.69	S/. 10,598.77	S/. 19,774.45

Febrero	S/. 11,081.46	S/. 12,800.12	S/. 23,881.58
Marzo	S/. 12,987.24	S/. 15,001.47	S/. 27,988.71
Abril	S/. 10,513.54	S/. 12,144.11	S/. 22,657.66
Mayo	S/. 12,419.32	S/. 14,345.46	S/. 26,764.79
Junio	S/. 14,325.10	S/. 16,546.81	S/. 30,871.91
Julio	S/. 15,960.32	S/. 18,435.65	S/. 34,395.97
Agosto	S/. 15,960.32	S/. 18,435.65	S/. 34,395.97
Septiembre	S/. 15,960.32	S/. 18,435.65	S/. 34,395.97
Octubre	S/. 17,126.59	S/. 19,782.80	S/. 36,909.39
Noviembre	S/. 17,126.59	S/. 19,782.80	S/. 36,909.39
Diciembre	S/. 17,126.59	S/. 19,782.80	S/. 36,909.39
VALOR VENTA TOTAL	S/. 169,763.10	S/. 196,092.08	S/. 365,855.18
IGV	S/. 30,557.36	S/. 35,296.57	S/. 65,853.93
INGRESOS	S/. 200,320.46	S/. 231,388.65	S/. 431,709.11

Tabla 10 Ingresos Canal Supermercados 2018

Año 2018	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 14,222	S/. 16,427	S/. 30,649
Febrero	S/. 17,176	S/. 19,839	S/. 37,015
Marzo	S/. 20,129	S/. 23,251	S/. 43,381
Abril	S/. 16,295	S/. 18,823	S/. 35,118
Mayo	S/. 19,249	S/. 22,235	S/. 41,484
Junio	S/. 22,203	S/. 25,647	S/. 47,850
Julio	S/. 24,738	S/. 28,574	S/. 53,312
Agosto	S/. 24,738	S/. 28,574	S/. 53,312
Septiembre	S/. 24,738	S/. 28,574	S/. 53,312
Octubre	S/. 26,545	S/. 30,662	S/. 57,207
Noviembre	S/. 26,545	S/. 30,662	S/. 57,207
Diciembre	S/. 26,545	S/. 30,662	S/. 57,207
VALOR VENTA TOTAL	S/. 263,123	S/. 303,931	S/. 567,054
IGV	S/. 47,362	S/. 54,708	S/. 102,070
INGRESOS	S/. 310,485	S/. 358,638	S/. 669,123

Tabla 11 Ingresos Canal Spas 2018 Valorizado

Año 2018	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 4,421	S/. 5,107	S/. 9,528
Febrero	S/. 5,339	S/. 6,167	S/. 11,507
Marzo	S/. 6,258	S/. 7,228	S/. 13,486
Abril	S/. 5,066	S/. 5,851	S/. 10,917
Mayo	S/. 5,984	S/. 6,912	S/. 12,896
Junio	S/. 6,902	S/. 7,973	S/. 14,875
Julio	S/. 7,690	S/. 8,883	S/. 16,573
Agosto	S/. 7,690	S/. 8,883	S/. 16,573
Septiembre	S/. 7,690	S/. 8,883	S/. 16,573
Octubre	S/. 8,252	S/. 9,532	S/. 17,784
Noviembre	S/. 8,252	S/. 9,532	S/. 17,784
Diciembre	S/. 8,252	S/. 9,532	S/. 17,784
VALOR VENTA TOTAL	S/. 81,797	S/. 94,483	S/. 176,280
IGV	S/. 14,723	S/. 17,007	S/. 31,730
INGRESOS	S/. 96,520	S/. 111,490	S/. 208,010

Tabla 12 Programa anual de ventas en Unidades 2019

Año 2019	Estacionalidad	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	8.31%	1,511	698	2,209
Febrero	8.31%	1,511	698	2,209
Marzo	8.31%	1,511	698	2,209
Abril	7.67%	1,395	644	2,039
Mayo	7.67%	1,395	644	2,039
Junio	7.67%	1,395	644	2,039
Julio	8.37%	1,524	704	2,228
Agosto	8.37%	1,524	704	2,228
Septiembre	8.37%	1,524	704	2,228
Octubre	8.99%	1,635	755	2,390
Noviembre	8.99%	1,635	755	2,390
Diciembre	8.99%	1,635	755	2,390
TOTAL	100.00%	18,193	8,406	26,598

Tabla 13 Ingresos Canal Tiendas por departamento 2019

Año 2019	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 17,916.53	S/. 20,695.25	S/. 38,611.79
Febrero	S/. 17,916.53	S/. 20,695.25	S/. 38,611.79

Marzo	S/. 17,916.53	S/. 20,695.25	S/. 38,611.79
Abril	S/. 16,536.13	S/. 19,100.75	S/. 35,636.88
Mayo	S/. 16,536.13	S/. 19,100.75	S/. 35,636.88
Junio	S/. 16,536.13	S/. 19,100.75	S/. 35,636.88
Julio	S/. 18,063.27	S/. 20,864.75	S/. 38,928.02
Agosto	S/. 18,063.27	S/. 20,864.75	S/. 38,928.02
Septiembre	S/. 18,063.27	S/. 20,864.75	S/. 38,928.02
Octubre	S/. 19,383.22	S/. 22,389.41	S/. 41,772.62
Noviembre	S/. 19,383.22	S/. 22,389.41	S/. 41,772.62
Diciembre	S/. 19,383.22	S/. 22,389.41	S/. 41,772.62
VALOR VENTA TOTAL	S/. 215,697.45	S/. 249,150.50	S/. 464,847.94
IGV	S/. 38,825.54	S/. 44,847.09	S/. 83,672.63
INGRESOS	S/. 254,522.99	S/. 293,997.59	S/. 548,520.57

Tabla 14 Ingresos Canal Supermercados 2019

Año 2019	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 27,770	S/. 32,076	S/. 59,846
Febrero	S/. 27,770	S/. 32,076	S/. 59,846
Marzo	S/. 27,770	S/. 32,076	S/. 59,846
Abril	S/. 25,630	S/. 29,605	S/. 55,235
Mayo	S/. 25,630	S/. 29,605	S/. 55,235
Junio	S/. 25,630	S/. 29,605	S/. 55,235
Julio	S/. 27,997	S/. 32,339	S/. 60,336
Agosto	S/. 27,997	S/. 32,339	S/. 60,336
Septiembre	S/. 27,997	S/. 32,339	S/. 60,336
Octubre	S/. 30,043	S/. 34,702	S/. 64,745
Noviembre	S/. 30,043	S/. 34,702	S/. 64,745
Diciembre	S/. 30,043	S/. 34,702	S/. 64,745
VALOR VENTA TOTAL	S/. 334,318	S/. 386,168	S/. 720,486
IGV	S/. 60,177	S/. 69,510	S/. 129,688
INGRESOS	S/. 394,495	S/. 455,679	S/. 850,174

Tabla 15 Proyección de Ventas Canal Spas - valorizado 2019

Año 2019	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 8,633	S/. 9,972	S/. 18,604
Febrero	S/. 8,633	S/. 9,972	S/. 18,604
Marzo	S/. 8,633	S/. 9,972	S/. 18,604
Abril	S/. 7,968	S/. 9,203	S/. 17,171
Mayo	S/. 7,968	S/. 9,203	S/. 17,171

Junio	S/. 7,968	S/. 9,203	S/. 17,171
Julio	S/. 8,703	S/. 10,053	S/. 18,757
Agosto	S/. 8,703	S/. 10,053	S/. 18,757
Septiembre	S/. 8,703	S/. 10,053	S/. 18,757
Octubre	S/. 9,339	S/. 10,788	S/. 20,127
Noviembre	S/. 9,339	S/. 10,788	S/. 20,127
Diciembre	S/. 9,339	S/. 10,788	S/. 20,127
VALOR VENTA TOTAL	S/. 103,929	S/. 120,048	S/. 223,977
IGV	S/. 18,707	S/. 21,609	S/. 40,316
INGRESOS	S/. 122,637	S/. 141,657	S/. 264,293

Tabla 16 Programa Anual de Ventas en Unidades 2020

Año 2020	Estacionalidad	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	8.31%	1,690	781	2,470
Febrero	8.31%	1,690	781	2,470
Marzo	8.31%	1,690	781	2,470
Abril	7.67%	1,560	721	2,280
Mayo	7.67%	1,560	721	2,280
Junio	7.67%	1,560	721	2,280
Julio	8.37%	1,704	787	2,491
Agosto	8.37%	1,704	787	2,491
Septiembre	8.37%	1,704	787	2,491
Octubre	8.99%	1,828	845	2,673
Noviembre	8.99%	1,828	845	2,673
Diciembre	8.99%	1,828	845	2,673
TOTAL	100.00%	20,342	9,399	29,742

Tabla 17 Ingresos Canal Tiendas por departamentos 2020

Año 2020	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 20,033.59	S/. 23,140.65	S/. 43,174.23
Febrero	S/. 20,033.59	S/. 23,140.65	S/. 43,174.23
Marzo	S/. 20,033.59	S/. 23,140.65	S/. 43,174.23
Abril	S/. 18,490.07	S/. 21,357.74	S/. 39,847.81
Mayo	S/. 18,490.07	S/. 21,357.74	S/. 39,847.81
Junio	S/. 18,490.07	S/. 21,357.74	S/. 39,847.81
Julio	S/. 20,197.67	S/. 23,330.17	S/. 43,527.84
Agosto	S/. 20,197.67	S/. 23,330.17	S/. 43,527.84

Septiembre	S/. 20,197.67	S/. 23,330.17	S/. 43,527.84
Octubre	S/. 21,673.58	S/. 25,034.98	S/. 46,708.56
Noviembre	S/. 21,673.58	S/. 25,034.98	S/. 46,708.56
Diciembre	S/. 21,673.58	S/. 25,034.98	S/. 46,708.56
VALOR VENTA TOTAL	S/. 241,184.70	S/. 278,590.63	S/. 519,775.33
IGV	S/. 43,413.25	S/. 50,146.31	S/. 93,559.56
INGRESOS	S/. 284,597.95	S/. 328,736.94	S/. 613,334.89

Tabla 18 Ingresos Canal Supermercados 2020

Año 2020	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 31,051	S/. 35,867	S/. 66,917
Febrero	S/. 31,051	S/. 35,867	S/. 66,917
Marzo	S/. 31,051	S/. 35,867	S/. 66,917
Abril	S/. 28,658	S/. 33,103	S/. 61,762
Mayo	S/. 28,658	S/. 33,103	S/. 61,762
Junio	S/. 28,658	S/. 33,103	S/. 61,762
Julio	S/. 31,305	S/. 36,160	S/. 67,466
Agosto	S/. 31,305	S/. 36,160	S/. 67,466
Septiembre	S/. 31,305	S/. 36,160	S/. 67,466
Octubre	S/. 33,593	S/. 38,803	S/. 72,395
Noviembre	S/. 33,593	S/. 38,803	S/. 72,395
Diciembre	S/. 33,593	S/. 38,803	S/. 72,395
VALOR VENTA TOTAL	S/. 373,822	S/. 431,799	S/. 805,620
IGV	S/. 67,288	S/. 77,724	S/. 145,012
INGRESOS	S/. 441,110	S/. 509,522	S/. 950,632

Tabla 19 Ingreso por Ventas Spa

Año 2021	Estacionalidad	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	8.31%	1,871	865	2,736
Febrero	8.31%	1,871	865	2,736
Marzo	8.31%	1,871	865	2,736
Abril	7.67%	1,727	798	2,525
Mayo	7.67%	1,727	798	2,525
Junio	7.67%	1,727	798	2,525
Julio	8.37%	1,886	872	2,758
Agosto	8.37%	1,886	872	2,758
Septiembre	8.37%	1,886	872	2,758

Octubre	8.99%	2,024	935	2,960
Noviembre	8.99%	2,024	935	2,960
Diciembre	8.99%	2,024	935	2,960
TOTAL	100.00%	22,526	10,408	32,935

Año 2021	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 22,183.86	S/. 25,624.41	S/. 47,808.26
Febrero	S/. 22,183.86	S/. 25,624.41	S/. 47,808.26
Marzo	S/. 22,183.86	S/. 25,624.41	S/. 47,808.26
Abril	S/. 20,474.67	S/. 23,650.13	S/. 44,124.80
Mayo	S/. 20,474.67	S/. 23,650.13	S/. 44,124.80
Junio	S/. 20,474.67	S/. 23,650.13	S/. 44,124.80
Julio	S/. 22,365.55	S/. 25,834.28	S/. 48,199.82
Agosto	S/. 22,365.55	S/. 25,834.28	S/. 48,199.82
Septiembre	S/. 22,365.55	S/. 25,834.28	S/. 48,199.82
Octubre	S/. 23,999.87	S/. 27,722.07	S/. 51,721.94
Noviembre	S/. 23,999.87	S/. 27,722.07	S/. 51,721.94
Diciembre	S/. 23,999.87	S/. 27,722.07	S/. 51,721.94
VALOR VENTA TOTAL	S/. 267,071.83	S/. 308,492.65	S/. 575,564.48
IGV	S/. 48,072.93	S/. 55,528.68	S/. 103,601.61
INGRESOS	S/. 315,144.76	S/. 364,021.33	S/. 679,166.09

Año 2021	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 34,384	S/. 39,716	S/. 74,100
Febrero	S/. 34,384	S/. 39,716	S/. 74,100
Marzo	S/. 34,384	S/. 39,716	S/. 74,100
Abril	S/. 31,735	S/. 36,656	S/. 68,391
Mayo	S/. 31,735	S/. 36,656	S/. 68,391
Junio	S/. 31,735	S/. 36,656	S/. 68,391
Julio	S/. 34,665	S/. 40,042	S/. 74,707
Agosto	S/. 34,665	S/. 40,042	S/. 74,707
Septiembre	S/. 34,665	S/. 40,042	S/. 74,707
Octubre	S/. 37,198	S/. 42,968	S/. 80,166
Noviembre	S/. 37,198	S/. 42,968	S/. 80,166

Diciembre	S/. 37,198	S/. 42,968	S/. 80,166
VALOR VENTA TOTAL	S/. 413,945	S/. 478,145	S/. 892,090
IGV	S/. 74,510	S/. 86,066	S/. 160,576
INGRESOS	S/. 488,455	S/. 564,211	S/. 1,052,667

Año 2022	Estacionalidad	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	8.31%	2,055	950	3,005
Febrero	8.31%	2,055	950	3,005
Marzo	8.31%	2,055	950	3,005
Abril	7.67%	1,897	876	2,773
Mayo	7.67%	1,897	876	2,773
Junio	7.67%	1,897	876	2,773
Julio	8.37%	2,072	957	3,030
Agosto	8.37%	2,072	957	3,030
Septiembre	8.37%	2,072	957	3,030
Octubre	8.99%	2,224	1,027	3,251
Noviembre	8.99%	2,224	1,027	3,251
Diciembre	8.99%	2,224	1,027	3,251
TOTAL	100.00%	24,743	11,432	36,177

Año 2022	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 24,367.91	S/. 28,147.19	S/. 52,515.09
Febrero	S/. 24,367.91	S/. 28,147.19	S/. 52,515.09
Marzo	S/. 24,367.91	S/. 28,147.19	S/. 52,515.09
Abril	S/. 22,490.44	S/. 25,978.54	S/. 48,468.99
Mayo	S/. 22,490.44	S/. 25,978.54	S/. 48,468.99
Junio	S/. 22,490.44	S/. 25,978.54	S/. 48,468.99
Julio	S/. 24,567.49	S/. 28,377.72	S/. 52,945.20
Agosto	S/. 24,567.49	S/. 28,377.72	S/. 52,945.20
Septiembre	S/. 24,567.49	S/. 28,377.72	S/. 52,945.20
Octubre	S/. 26,362.71	S/. 30,451.37	S/. 56,814.08
Noviembre	S/. 26,362.71	S/. 30,451.37	S/. 56,814.08
Diciembre	S/. 26,362.71	S/. 30,451.37	S/. 56,814.08
VALOR VENTA TOTAL	S/. 293,365.65	S/. 338,864.45	S/. 632,230.09
IGV	S/. 52,805.82	S/. 60,995.60	S/. 113,801.42
INGRESOS	S/. 346,171.46	S/. 399,860.05	S/. 746,031.51

Año 2022	Presentación de 50 ml	Presentación de 200 ml	Total
Enero	S/. 37,769	S/. 43,626	S/. 81,395
Febrero	S/. 37,769	S/. 43,626	S/. 81,395
Marzo	S/. 37,769	S/. 43,626	S/. 81,395
Abril	S/. 34,859	S/. 40,265	S/. 75,124
Mayo	S/. 34,859	S/. 40,265	S/. 75,124
Junio	S/. 34,859	S/. 40,265	S/. 75,124
Julio	S/. 38,078	S/. 43,984	S/. 82,062
Agosto	S/. 38,078	S/. 43,984	S/. 82,062
Septiembre	S/. 38,078	S/. 43,984	S/. 82,062
Octubre	S/. 40,861	S/. 47,198	S/. 88,058
Noviembre	S/. 40,861	S/. 47,198	S/. 88,058
Diciembre	S/. 40,861	S/. 47,198	S/. 88,058
VALOR VENTA TOTAL	S/. 454,699	S/. 525,220	S/. 979,919
IGV	S/. 81,846	S/. 94,540	S/. 176,385
INGRESOS	S/. 536,545	S/. 619,759	S/. 1,156,304

4.3. MEZCLA DE MARKETING

4.2.9.PRODUCTO

Como resultado del focus y las encuestas realizadas por nuestro equipo; se incluyeron aportes importantes a nuestro producto, y se han incluido en el presente documento: así como también los aportes profesionales de los especialistas entrevistados para la validación de la mascarilla.

- a) Logo

Ilustración 13 Logo de la marca



b) Descripción del logo:

Imagen: Como fondo la luna Silueta de rostro de una Mujer que representa

Color: Marrón tenue que representa la tierra, la naturaleza ya que nuestro producto está enfocado a un público que opta por lo natural.

Color: Fucsia para darle un toque femenino

<https://tentulogo.com/la-psicologia-de-los-colores/>

Nombre de la Marca: Killa Sumaq cuyo significado en español es Luna preciosa

<https://www.mlgdiseno.es/marketing-y-colores-que-color-escojo/>

c) Presentaciones: 50 ml y 200 ml.

Ilustración 14 Presentación de Mascarilla Facial 50 ml.



Ilustración 15 Presentación de Mascarilla Facial de 200 ml.



d) Tipo de envase:

- Pote de plástico de 50 ml.
- Pote de plástico de 50 ml.

e) Etiqueta:

Ilustración 16 Etiqueta de Mascarilla Facial de 50 ml



Ilustración 17 Etiqueta de Mascarilla Facial de 200 ml



f) Diseño de Empaque:

Material: Cartón corrugado

Contenido: 48 pomos de 50 ml. de mascarilla facial.

Medidas:

- Largo: 00 cm.
- Ancho: 00 cm.
- Profundidad: cm.

Contenido: 48 pomos de 200 ml. de mascarilla facial.

Medidas:

- Largo: 55 cm.
- Ancho: 20 cm.
- Profundidad: 16cm.

g) Composición del producto:

Kaolim 20%

Almidón..... 20%

Óxido de Zinc.....10%

Dióxido de Titanio 1%

Salidant.....0.3 %

4.2.10. PRECIO

Precio sugerido al público:

Se ha definido precios de venta sugeridos al público de acuerdo a las encuestas realizadas. El precio para la presentación de 50 ml se fijó en S/. 60.00 y la presentación de 200 ml en S/. 150.00.

Estrategia de precios:

Para el presente proyecto se establece la estrategia de precios diferenciales (rosaliamarketing, 2017) precio variable o negociado en función al comprador por razón de volumen y márgenes de utilidad promedios del canal.

Tabla 20 Análisis de precios de acuerdo a encuesta

	Encuesta	Precio Sugerido
Mascarilla de 50 ml	Entre 60 a 90 soles	S/. 60.00
Mascarilla de 200 ml	Entre 150 a 180 soles	S/. 150.00

Tabla 21 Precios y Márgenes por Canal de Venta Presentación 50ml.

CANAL	TIENDAS POR DEPARTAMENTO	SUPERMERCADO	SPAS
Precio sugerido al público	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00
Valor venta	S/. 50.85	S/. 50.85	S/. 50.85
% Margen aproximado	33%	35%	25%
Margen Aprox S/.	S/. 16.78	S/. 17.80	S/. 12.71
Valor venta	S/. 34.07	S/. 33.05	S/. 38.14
Costo	S/. 28.00	S/. 28.00	S/. 28.00
% Utilidad	22%	18%	36%

Tabla 22 Precios y Márgenes por Canal de Venta

CANAL	TIENDAS POR DEPARTAMENTO	SUPERMERCADO	SPAS
-------	--------------------------	--------------	------

Precio sugerido al público	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Valor venta	S/. 127.12	S/. 50.85	S/. 127.12
% Margen aproximado	33%	35%	25%
Margen Aprox S/.	S/. 41.95	S/. 44.49	S/. 31.78
Valor venta	S/. 85.17	S/. 82.63	S/. 95.34
Costo	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00
% Utilidad	31%	27%	59%

4.2.11. PLAZA.

Se comercializarán las mascarillas a través de los 3 canales seleccionados con la finalidad cobertura el mercado: Tiendas por departamento, Supermercados y Spas.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Ilustración 18 Canal de Venta Tiendas por departamento y Supermercados



Ilustración 19 Canal de Venta Spas



Tabla 23 Participación en las ventas por cada canal

CANAL	% Participación
Tiendas por departamento	31.09%
Supermercado	51.63%
Spas	17.28%

Tabla 24 Lista de puntos de venta Canal Tiendas por Departamento

SAGA FALABELLA	JOCKEY PLAZA SAN ISIDRO MIRAFLORES PRIMAVERA SAN BORJA
RIPLEY	JOCKEY PLAZA SAN ISIDRO MIRAFLORES PRIMAVERA

Tabla 25 Lista de puntos de venta Supermercados

SUPERMERCADO	SUCURSAL
PLAZA VEA	LA MOLINA CAMINOS DEL INCA
TOTTUS	LA FONTANA – LA MOLINA MOLICENTRO – LA MOLINA 28 DE JULIO - MIRAFLORES SAN LUIS – SAN BORJA JOCKEY PLAZA - SURCO

Tabla 26 Lista de puntos de venta Spas

DISTRITO	NOMBRE DEL SPA
MIRAFLORES	MONICA CABRERA SPA
SAN ISIDRO	Heavenly Spa
MIRAFLORES	tHERAPY
SURCO	NOVA SKIN
SURCO	VITA LIMA
MIRAFLORES	REVIVE MASSAGE
LA MOLINA	THERAPY SALUD
SAN ISIDRO	Nadiya Health & Spa
SAN BORJA	LA VOTRE SPA SALON
MIRAFLORES	ZAPHIRA SPA

POLITICAS DE PAGO CANAL TIENDAS POR DEPARTAMENTO Y SUPERMERCADOS

Las cadenas de supermercados tendrán los siguientes plazos máximos de pago por compras a proveedores, contados a partir de la fecha de la entrega – recepción de la mercadería, que deberá estar acompañada por la factura. Pago a 60 días.

Canal de Ventas a Spas: Pago al contado y según negociación e historial de pago, crédito a 7 días.

4.2.12. PROMOCIÓN

4.2.12.1. CAMPAÑA DE LANZAMIENTO

a) Objetivos:

- Contribuir al reconocimiento y posicionamiento de la marca

- Incrementar el interés en el uso de mascarillas con insumos naturales.
- Generar tendencia en el uso de mascarillas faciales
- Generar una comunidad de seguidores.
- Incrementar ventas.
- Generar recordación de la marca.

b) Duración:

La campaña de lanzamiento de nuestro producto estará compuesta por 2 etapas: la campaña de intriga y la campaña de lanzamiento. El tiempo total de duración de ambas será de **cuatro meses (diciembre a marzo)**.

La **campaña de intriga** se desarrollará durante el mes de **diciembre** y la **campaña de lanzamiento** tendrá lugar los meses de **enero a marzo**.

Se han determinado estos tres meses del año como parte de la estrategia de la campaña de lanzamiento, debido a que son los meses de verano en donde las personas se cuidan de los rayos solares y aparecen mayores problemas en la piel por la exposición al sol y el clima.

Hemos podido determinar como resultado de las encuestas realizadas, la siguiente información:

- El 36% de los encuestados indican que en ferias es considerado el principal medio para enterarse sobre la mascarilla para el rostro derivado de la papa. El 29% indican por recomendación de amigos o familiares, el 17% por intermedio de páginas web, el 10% por redes sociales y el 6% por otros medios de comunicación.

Tabla 27 Resultado de pregunta de encuesta ¿Cómo se enteró de la existencia de la mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?

	Personas	%
Redes Sociales	14	10.20%
Página Web	24	17.48%
Ferias	50	36.42%
Recomendación de Amigos y/o familiares	40	29.14%
Otro medio, Por favor indicar	9	6.76%

	137	100.00%
--	-----	---------

- A 38.89% de los encuestados les gustaría enterarse del producto por redes sociales, catálogos 25% y pagina web 20%.

Tabla 28 Resultado de pregunta de encuesta ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestra mascarilla para el rostro?

	Personas	%
Ferias naturales	8	8.89%
Blogs	6	6.67%
Redes Sociales	35	38.89%
Páginas web	18	20.00%
Catálogos	23	25.56%
	90	100.00%

Es debido a estos resultados que hemos planteado nuestra campaña de lanzamiento, la cual explicaremos a continuación.

Campaña de Intriga

Utilizaremos el periodo de la campaña de intriga para generar expectativa en nuestro público objetivo. Dentro de los resultados obtenidos en las encuestas y focus groups, uno de los medios por los cuales nuestro público objetivo deseaba enterarse de nuestro producto era a través de medios digitales (Facebook y pagina web).

PÀGINA WEB

Lanzamiento de página web de la empresa y portafolio de productos. Con el objetivo de generar imagen de solidez de la marca.

Facebook

Se activarán cuenta de Facebook

Adquisición de campañas mensuales de Likes (diciembre a marzo)

Objetivo:

- Incrementar comunidad de seguidores.

- Lograr difundir nuestra marca en el mercado

Publicación de banners con información del producto.

Con estas campañas podremos lograr tener un alcance de **800,000 personas** con un potencial de éxito de Likes en la página del **10%**.

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO:

SAMPLING

La demostración se realizará colocando stands los fines de semana en:

Pentagonito de San Borja para generar conocimiento del producto y canalizar la compra en los puntos de venta.

Demostración en las tiendas por departamento y supermercados.

En Spas:

Por lanzamiento tratamiento Facial con el producto al 50% de descuento por introducción.

Se destinará muestras de 15 ml para demostración.

MESES	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL
DIGITAL						
Hosting página Web	S/. 1,000					S/. 1,000
PAGINA WEB	S/. 7,000					S/. 7,000
PUBLICIDAD PAGADA (ADWORDS)		S/. 3,500	S/. 4,000	4000	3000	S/. 14,500
FACEBOOK	S/. 3,000	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 400	S/. 4,600
CAMPAÑA PAGADA FB			S/. 1,000	S/. 600	S/. 600	S/. 2,200
IMPRESOS						
ENCARTE PLAZA VEA			S/. 7,000	S/. 7,000	S/. 7,000	S/. 21,000
ENCARTE TOTTUS			S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 9,000
PRODUCCIÓN						
FLYERS		S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 9,600
JALAVISTAS			S/. 5,000			S/. 5,000
MODULO PUBLICITARIO			S/. 2,750			S/. 2,750
CREACION DE CAMPAÑA	S/. 5,000					S/. 5,000
DISEÑADORA GRAFICA		S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 800	S/. 3,200
SAMPLING						S/. -
Muestras de 200 ml			S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 4,500
Promotoras de Belleza			S/. 7,000	S/. 7,000	S/. 7,000	S/. 21,000
Muestras de 15 ml			S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 5,000	S/. 15,000
Uniformes de Promotoras			S/. 1,000			S/. 1,000
IMAGEN DE CAMPAÑAS						S/. -
PALOMA FIUZA			S/. 11,410			S/. 11,410
TOTAL MENSUAL	S/. 16,000	S/. 7,100	S/. 52,260	S/. 31,700	S/. 30,700	S/. 137,760

4.2.12.1. PROMOCIÓN PARA TODOS LOS AÑOS

OBJETIVO:

A través de la promoción daremos a conocer los beneficios de nuestro producto, y la importancia en utilizar periódicamente la mascarilla para el rostro.

Según la investigación de mercado, en las encuestas, en donde se pregunta: ¿por qué medios les gustaría enterarse de nuestro producto?, la mayor parte de las respuestas fueron de preferencia internet y redes sociales.

Los primeros dos años se utilizará actividades presenciales con frecuencia y en redes sociales, se busca que los potenciales clientes conozcan la Marca y el producto en sí, y los beneficios de éste. Además, buscamos crear un vínculo más personal como la experiencia de consumir nuestro producto y los resultados que obtuvieron, y por otro lado de forma presencial, realizaremos distintas visitas a diferentes puntos de encuentros para mantener nuestro enfoque.

Tabla 29 Presupuesto de promociones Año 2018 Expresado en Soles

MESES	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DIGITAL										20,250
Hosting pagina Web										0
PAGINA WEB										0

MESES	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PUBLICIDAD PAGADA (ADWORDS)	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	13,500
FACEBOOK	400	400	400	400	400	400	400	400	400	3,600
CAMPAÑA PAGADA FB	350	350	350	350	350	350	350	350	350	3,150
IMPRESOS										90,000
ENCARTE PLAZA VEA	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	63,000
ENCARTE TOTTUS	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	27,000
PRODUCCIÓN										27,100
FLYERS	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	21,600
JALAVISTAS										0
MODULO PUBLICITARIO			2,750						2,750	5,500
CREACION DE CAMPAÑA										
DISEÑADORA GRAFICA	800	800	800	800	800	800	800	800	800	
SAMPLING										4,500
Muestras de 200 ml	500	500	500	500	500	500	500	500	500	4,500
Promotoras de Belleza	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	
Muestras de 15 ml	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	
Uniformes de Promotoras	800									
IMAGEN DE CAMPANAS										22,820
PALOMA FIUZA	11,410						11,410			22,820
TOTAL										164,670

Tabla 30 Presupuesto de promociones Año 2019 Expresado en soles

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DIGITAL	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	39,600
PUBLICIDAD PAGADA (ADWORDS)	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	24,000
FACEBOOK	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
CAMPAÑA PAGADA FB	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9,600
IMPRESOS	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	168,000
ENCARTE PLAZA VEA	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	120,000
ENCARTE TOTTUS	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	48,000
PRODUCCIÓN	39,000	10,000	15,000	11,000	13,000	9,000	15,000	16,000	6,000	9,000	19,000	14,000	176,000
FLYERS	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
JALAVISTAS		4,000					3,000						7,000
MODULO PUBLICITARIO	30,000		6,000				6,000				6,000		48,000
AFICHES PARA SPAS	3,000		3,000			3,000		3,000		3,000		3,000	18,000
BRANDEO DE CORNERS					7,000			7,000			7,000		21,000
CREACION DE CAMPAÑA				5,000								5,000	10,000
DISEÑADORA GRAFICA	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
SAMPLING	12,200	4,200	4,200	7,200	7,200	7,200	12,200	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200	90,400
Muestras de 200 ml	500			500	500	500	500	500	500	500	500	500	5,000
Promotoras de Belleza	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	50,400
Muestras de 15 ml	2,500			2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	25,000
Uniformes de Promotoras	5,000						5,000						10,000
IMAGEN DE CAMPAÑAS	14,670	0	0	14,670	0	0	0	0	0	14,670	0	0	44,010
LAURA BORLINI	14,670			14,670						14,670			44,010
TOTAL	83,170	31,500	36,500	50,170	37,500	33,500	44,500	40,500	30,500	48,170	43,500	38,500	518,010

Tabla 31 Presupuesto de Promociones Año 2020 Expresado en soles

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DIGITAL	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300	39,600
PUBLICIDAD PAGADA	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	24,000
FACEBOOK	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
CAMPAÑA PAGADA FB	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9,600
IMPRESOS	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	168,000
ENCARTE PLAZA VEA	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	120,000
ENCARTE TOTTUS	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	48,000
PRODUCCIÓN	6,000	10,000	9,000	11,000	13,000	9,000	9,000	16,000	6,000	9,000	13,000	14,000	125,000
FLYERS	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
JALAVISTAS		4,000					3,000						7,000
MODULO PUBLICITARIO													0
AFICHES PARA SPAS			3,000			3,000		3,000		3,000		3,000	15,000
BRANDEO DE CORNERS					7,000			7,000			7,000		21,000
CREACION DE CAMPAÑA				5,000								5,000	10,000
DISEÑADORA GRAFICA	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
SAMPLING	12,200	11,700	11,700	7,200	7,200	7,200	12,200	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200	105,400
Muestras de 200 ml	500			500	500	500	500	500	500	500	500	500	5,000
Promotoras de Belleza	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	50,400
Muestras de 15 ml	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	30,000
Uniformes de Promotoras	5,000	5,000	5,000				5,000						20,000
IMAGEN DE CAMPAÑAS	14,670	0	0	14,670	0	0	0	0	0	14,670	0	0	44,010
LAURA BORLINI	14,670			14,670						14,670			44,010
TOTAL	50,170	39,000	38,000	50,170	37,500	33,500	38,500	40,500	30,500	48,170	37,500	38,500	482,010

Tabla 32 Presupuesto de Promociones Año 2021 Expresado en soles

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DIGITAL	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	20,400
PUBLICIDAD PAGADA (ADWORDS)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
FACEBOOK	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
CAMPAÑA PAGADA FB	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
IMPRESOS	14,000	0	4,000	0	14,000	4,000	14,000	4,000	0	10,000	4,000	14,000	82,000
ENCARTE PLAZA VEA	10,000				10,000		10,000			10,000		10,000	50,000
ENCARTE TOTTUS	4,000		4,000		4,000	4,000	4,000	4,000			4,000	4,000	32,000
PRODUCCIÓN	6,000	10,000	9,000	11,000	13,000	9,000	9,000	16,000	6,000	9,000	13,000	14,000	125,000
FLYERS	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
JALAVISTAS		4,000					3,000						7,000
AFICHES PARA SPAS			3,000			3,000		3,000		3,000		3,000	15,000
BRANDEO DE CORNERS					7,000			7,000			7,000		21,000
CAMPAÑA Pub.				5,000								5,000	10,000
DISEÑADORA GRAFICA	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
SAMPLING	12,200	6,700	6,700	7,200	7,200	7,200	12,200	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200	95,400
Muestras de 200 ml	500			500	500	500	500	500	500	500	500	500	5,000
Promotoras de Belleza	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	50,400
Muestras de 15 ml	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	30,000
Unif. Promotora	5,000						5,000						10,000
IMAGEN DE CAMPAÑAS	14,670	0	0	14,670	0	0	0	0	0	14,670	0	0	44,010
LAURA BORLINI	14,670			14,670						14,670			44,010
TOTAL	48,570	18,400	21,400	34,570	35,900	21,900	36,900	28,900	14,900	42,570	25,900	36,900	366,810

Tabla 33 Presupuesto de Promociones Año 2022 Expresado en soles

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DIGITAL	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700	20,400
PUBLICIDAD PAGADA	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
FACEBOOK	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
CAMPAÑA PAGADA FB	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
IMPRESOS	14,000	0	4,000	0	14,000	4,000	14,000	4,000	0	10,000	4,000	14,000	82,000
ENCARTE PLAZA VEA	10,000				10,000		10,000			10,000		10,000	50,000
ENCARTE TOTTUS	4,000		4,000		4,000	4,000	4,000	4,000			4,000	4,000	32,000
PRODUCCIÓN	6,000	10,000	9,000	11,000	13,000	9,000	9,000	16,000	6,000	9,000	13,000	14,000	125,000
FLYERS	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
JALAVISTAS		4,000					3,000						7,000
AFICHES PARA SPAS			3,000			3,000		3,000		3,000		3,000	15,000
BRANDEO DE CORNERS					7,000			7,000			7,000		21,000
CREACION DE CAMPAÑA				5,000								5,000	10,000
DISEÑADORA GRAFICA	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
SAMPLING	12,200	6,700	6,700	7,200	7,200	7,200	12,200	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200	95,400
Muestras de 200 ml	500			500	500	500	500	500	500	500	500	500	5,000
Promotoras de Belleza	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	50,400
Muestras de 15 ml	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	30,000
Uniformes de Promotoras	5,000						5,000						10,000
IMAGEN DE CAMPAÑAS	14,670	0	0	14,670	0	0	0	0	0	14,670	0	0	44,010
LAURA BORLINI	14,670			14,670						14,670			44,010
TOTAL	48,570	18,400	21,400	34,570	35,900	21,900	36,900	28,900	14,900	42,570	25,900	36,900	366,810

Capítulo V

Estudio legal y organizacional

5.1. Estudio legal

5.1.1. Forma societaria

Soluciones Dermis será una Sociedad Anonima Cerrada, según la Ley general de sociedades (Ley 26887) representada por sus siglas S.A.C. con las siguientes características:

Asociación que contará con cinco (05) socios y no superaremos el número máximo de accionistas.

El capital social estará integrado por los aportes de los socios.

Las acciones de Soluciones Dermis S.A.C. estarán inscritas en registros públicos.

La responsabilidad de los socios, se encuentra delimitada por el aporte efectuado, es decir, no responden personalmente o con su patrimonio por las deudas u obligaciones de la empresa.

El capital social de Soluciones Dermis S.A.C. estará conformado de la siguiente forma:

CAPITAL SOCIAL			
Accionistas	%	Aportes	Cargo
Lagos Gaituyro, Mirko	20%	50,000	Gerente General
Montero Cottos, Shirley	20%	50,000	Director
Godenzzi Alcarras, Carla	20%	50,000	Director
Consoli Verastegui, Antonio	20%	50,000	Apoderado
Nieto Adrian, Petronila	20%	50,000	Director

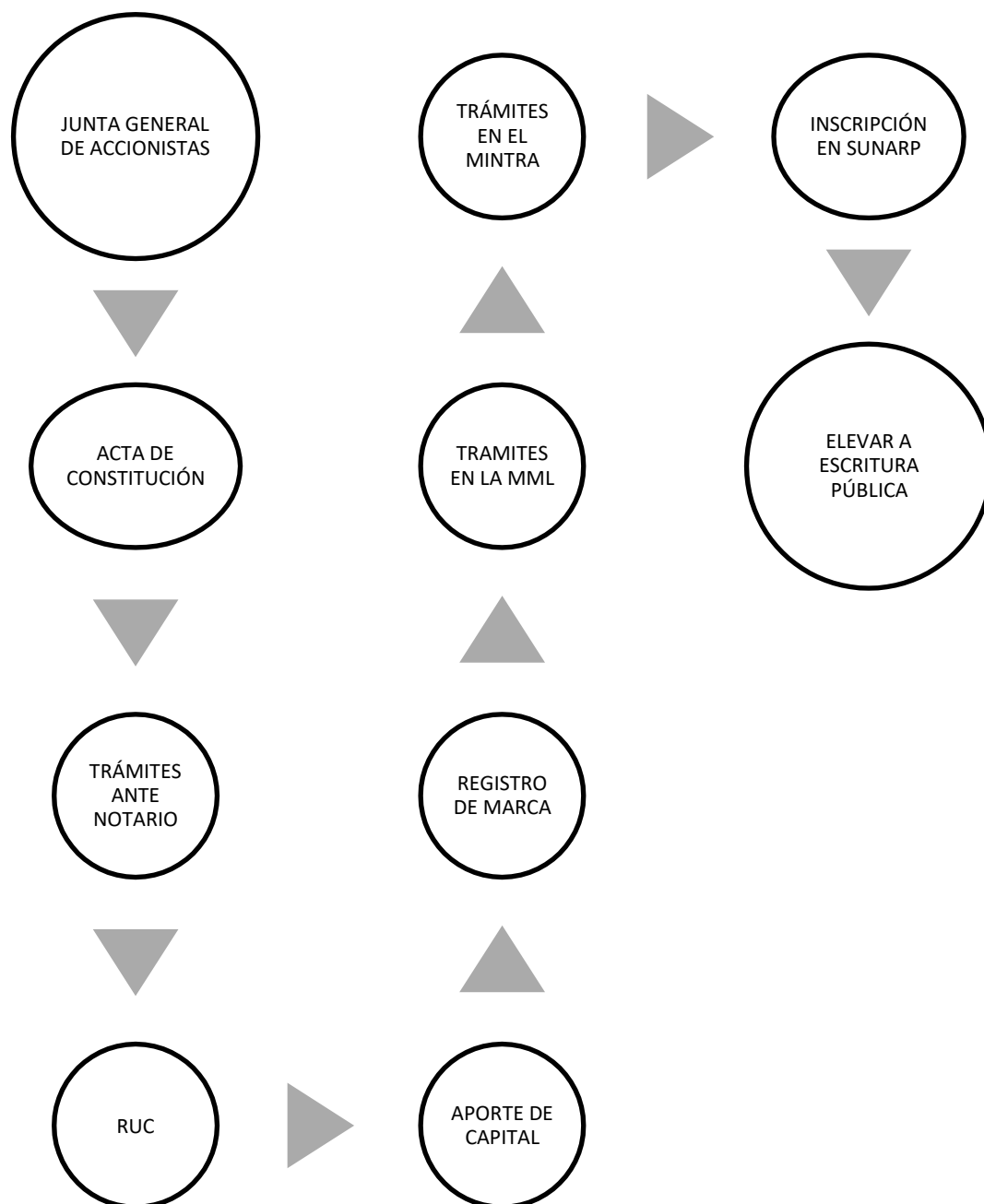
a. Actividades.

La denominación de la empresa es Soluciones Dermis SAC

El capital de la Empresa estará formado por un capital de S/. 250 000 nuevos soles en efectivo.

ACTIVIDADES	DETALLES	TIEMPO DURACIÓN	VALOR VENTA	IGV 18%	PRECIO VENTA
Búsqueda de nombre	Se realiza en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los registros públicos)	30 días hábiles	S/. 5.00	S/. 0.0	S/. 5.00
Reserva de nombre	Reserva del nombre por 30 días en SUNARP.		S/. 20.00	S/. 0.00	S/. 20.00
Minuta de constitución y escritura pública	Elaboración de la minuta de constitución (contiene pacto social y los estatutos). Elaboración de escritura pública ante notario y accionistas de la sociedad.	1 días hábil	S/.677.97	S/. 122.03	S/. 800.00
Inscripción registros públicos y entrega testimonio de la empresa	Inscripción en SUNARP	7 días hábiles	S/. 169.00	S/. 00.00	S/. 169.00
Obtención del RUC	Inscripción como persona jurídica en SUNAT.	1 día hábil	Gratuito	Gratuito	Gratuito
MONTO TOTAL			S/. 871.97	S/. 122.03	S/ 994.00

Ilustración 20 PASOS PARA REGISTRAR LA SOCIEDAD



b. Valorización.

Tabla 34 Valorización de Forma Societaria Soluciones Dermis SAC

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
Búsqueda de nombre	S/. 5.90
Reserva de nombre	S/. 21.24
Acta de constitución	S/. 531
Trámites ante Notario	S/. 2500
Aporte de Capital Social	S/. 100 000
Registro en Notaria	S/. 300
Inscripción en Registros Públicos	S/. 200
Tramites en el ministerio de trabajo	S/. 150
Trámites en la municipalidad	S/. 250
Registro de marca	S/. 500
TOTAL	S/. 104,458.00

5.1.2. Registro de marcas y patentes

a. Actividades.

Requisitos para el registro de marcas:

Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrativo). Los requisitos son:

- Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.

Requisitos para el registro de patentes:

Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).

Indicar cuál es el signo de la patente que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.

Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104- San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

b. Valorización.

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
<i>Derecho de trámite</i>	<i>534.99</i>
<i>Derecho de poder para persona jurídica</i>	<i>200</i>
TOTAL	734.99

5.1.3. Licencias y autorizaciones

a. Actividades.

Dentro de ellos, se incluyen los tramites de registro y certificaciones de calidad exigidas por tratarse de una empresa de alimentos para garantizar el cumplimiento de normas fitosanitarias ante DIGESA.

Requisitos para obtener la licencia municipal de funcionamiento

- Zonificación y compatibilidad de uso.
- Condiciones de seguridad en Defensa Civil, cuando dicha evaluación constituya facultad de la municipalidad. Cualquier aspecto adicional será materia de fiscalización posterior.

Para el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento son exigibles, los siguientes requisitos:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya:
- Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

b. Valorización.

Dependiendo del distrito donde se vaya a encontrar la sede principal de la empresa, el costo de la licencia de funcionamiento municipal puede ser de menos de 100 soles u oscilar entre 501 soles y 1241 soles, aunque en la mayoría de distritos se cobra actualmente menos de 100 soles por este concepto.

5.1.4. Legislación laboral

a. Actividades.

LEY MYPE.

Gratificaciones extraordinarias u otros pagos de manera ocasional a título de liberalidad del empleador.

2. Cualquier forma de participación en las utilidades

Además de las que corresponden por ley, se pueden pagar voluntarias en caso el negocio arroje buenos resultados y que comparta dicha ganancia con quienes participaron en su generación.

3. Pago de transporte (asistencia a trabajar)

Cubrir el desplazamiento desde el domicilio al centro de trabajo y viceversa. Pago por día efectivo de labor y monto razonable. No procede si la empresa pone un bus al personal.

4. Asignación por escolaridad

Útil para asistir económicamente al trabajador en cubrir los gastos escolares incurridos a inicios de año o en la pensión educativa mensual. Puede destinarse a estudios del propio trabajador, por ejemplo, si se le paga una maestría, diplomado o curso de especialización para retenerlo.

5. Asignación por cumpleaños

Otorgamiento de un monto por el onomástico del trabajador, a pagarse dicho mes. Puede concederse un día de permiso pagado por el onomástico y pagar esta asignación.

6. Asignación por matrimonio del trabajador, nacimiento de hijos

En el mes de nacimiento además de la licencia por paternidad o maternidad, se puede otorgar una bonificación conmemorando el nacimiento. Tratándose del matrimonio, algunas empresas otorgan permisos pagados además de esta asignación.

7. Asignaciones por aniversario de la empresa, por aniversario del trabajador en la empresa

Se requiere un convenio colectivo con el personal, lo cual no necesariamente supone la existencia de sindicato.

8.-Bienes producidos por la empresa

Si la empresa es productora de arroz, azúcar, leche, entre otros, puede entregarlos al trabajador para su consumo personal y familiar.

9. Vales de alimentos

Pueden otorgarse inclusive mensualmente sin que generen costo laboral, y hasta un 20% de la remuneración del trabajador.

b. Valorización.

5.1.5. Legislación tributaria

a. Actividades.

- La empresa pagará impuesto a la renta de tercera categoría, que grava las rentas derivadas de actividades comerciales, industriales, servicios o negocios.
- Para el año 2018 la tasa impositiva tributaria se mantendrá en un 27% y para el año 2019 en adelante la tasa impositiva tributaria será del 26% de acuerdo lo establecido en la Ley que promueve la activación económica publicada en el año 2016, esta se paga en los tres primeros meses del año siguiente del ejercicio.
- Igualmente se realizarán pagos por adelantados a fin de mes, los pagos exceden el total del impuesto a pagar, el saldo queda como crédito fiscal (el cual va a favor de la empresa). (Peruano, 1828).
- En el caso del IGV (impuesto general a las ventas) se pagará mensualmente dentro de los primeros días del siguiente mes dependiendo del último dígito del RUC según calendario establecido por SUNAT, en caso que el IGV pagado por las compras excedan al IGV correspondientes a las ventas se obtendrá un crédito fiscal el cual podrá ser utilizado como saldo a favor para el pago de impuesto del siguiente mes. (SUNAT, 2017).
- Los documentos complementarios a los comprobantes de pago, como son: Notas de crédito y notas de débito y guías de Remisión son para sustentar el traslado de mercaderías o Guías de Remisión como transportista, en caso la actividad que realizas es el transporte de mercaderías. Por otro lado, para solicitar la impresión de comprobantes de pago, se debe acudir a imprentas autorizadas, conectadas al Sistema SOL (Sistema de Operaciones en Línea). Además, se pueden emitir los siguientes comprobantes de pago: Facturas, Boletas de Venta, Liquidaciones de Compra, Tickets o Cintas emitidas por Máquinas Registradoras.
- Los libros de Contabilidad que deben llevar las empresas que tengan ingresos brutos anuales menores a las 150 UIT deben tener como mínimo los siguientes libros: Registro de Compras, registro de Ventas, libro Diario de Formato Simplificado. Es importante mencionar que los libros contables son computarizados por tal motivo, están directamente autorizados por la Administración Tributaria.

5.1.6. Otros aspectos legales

- a. Actividades.

Registro Sanitario para la elaboración de productos Industrializados.

El producto debe contener en el empaque el número de Registro Sanitario, esto es una norma muy importante para poder iniciar la comercialización (D.S. 007-98-S. A).

El costo del trámite es de 10% de 1 UIT (S/. 4,050.00) equivalente a S/. 405.00 nuevos soles.

El trámite demora 7 días útiles. Los requisitos son:

- Declaración Jurada, que contenga N° de RUC, firmada por el Representante Legal.
- Resultado de los análisis físicos, químicos y microbiológicos del producto terminado, confirmando su aptitud de acuerdo a la normatividad sanitaria vigente, otorgado por un laboratorio acreditado o del laboratorio de control de calidad de la fábrica.
- Certificado de Libre Comercialización o similar o Certificado Sanitario emitido por la Autoridad Competente del país de origen, en original o copia refrendado por el consulado respectivo, cuando el alimento o bebida sea importado. 158
- Rotulado de los productos etiquetados.
- Declaración Jurada de ser MYPE, cuando corresponda.
- Comprobante de Pago de Derecho de Trámite.

(DIGESA, 2014) Resumen de capítulo. Cuadro valorizado, distribuido por áreas. En este cuadro podemos observar, la conformación de los lineamientos y requerimientos para poder conformar nuestra empresa, que el gobierno y/o organismos gubernamentales autónomos como Indecopi o Municipalidades correspondientes nos solicitan.

5.1.7. Resumen del capítulo

Tabla 52-
Resumen de Valorización.

Descripción	Cantidad	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Búsqueda de Nombre - Sunarp	1	4.24	4.24	0.76	5.00
Reserva de nombre -Sunarp	1	16.95	16.95	3.05	20.00
Elevar la minuta a escritura pública.	1	152.54	152.54	27.46	180.00
Elevar la escritura pública en los Registros Público.	1	508.47	508.47	91.53	600.00
Copia literal de partida eléctrica	1	6.78	6.78	1.22	8.00
Obtención del número de RUC.	1	0.00	0.00	0.00	0.00
Apertura de cuenta corriente	1	76.27	76.27	13.73	90.00
Legalizar libros contables.	1	350.00	350.00	63.00	413.00
impresión de facturas y guías	1	500	500.00	90.00	590.00
Marcas y patentes					
Búsqueda fonética y figurativa	1	26.27	26.27	4.73	31.00
Solicitud de registro	1	477.08	477.08	85.87	562.95
Publicación en el diario "El Peruano"	1	127.12	127.12	22.88	150.00
Licencias y autorizaciones					
Licencia de Funcionamiento	1	93.36	93.36	16.80	110.16
antivirus para computo	1	600.00	600.00	108.00	708.00
hosting dominio	1	360.00	360.00	64.80	424.80
Licencia de software office	1	350.00	350.00	63.00	413.00
Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil y comprobante de pago	1	101.69	101.69	18.31	120.00
Registro Sanitario	1	343.22	343.22	61.78	405.00

Elaboración Propia

5.2. Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.



5.2.2. Servicios tercerizados.

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

A.- Gerencia General			
Descripción y Perfil del Puesto			
Nombre del puesto	Gerente General		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitaria	Licenciado en Administración	Administrador de Empresas o afines
Experiencia	5 años en puestos similares		
Otros	Alta capacidad de organización		
Habilidades	Liderazgo		
	Orientado a resultados		
	Trabajo en Equipo		
Acciones y Resultados Esperados	Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Dirige la empresa, toma decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. Organiza la estructura de la empresa actual y a futuro, como tambien de las funciones y los cargos. Evaluar permanentemente el mercado para detectar oportunidades de crecimiento Realiza las negociaciones y representa los intereses de la organización ante los proveedores, clientrs, grupos de presión, organismos gubernamentales y no gubernamentales.		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo Indeterminado		
Remuneración	S/ 8,000 nuevos soles		
Ubicación Física	Oficina		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		

B.- Gerencia de Administración y Finanzas

Descripción y Perfil del Puesto

Nombre del puesto	Gerente de Administración y Finanzas		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitaria	Bachiller	Administración de empresas o a fines
Experiencia	2 años en empresas de producción en puesto similar		
Otros	Manejo de Office, SAP		
Habilidades	Liderazgo		
	Orientado a resultados		
	Trabajo en Equipo		
Acciones y Resultados Esperados	Formula y propone a la Gerencia General normas, políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades relacionadas con la administración y contabilidad de la organización.		
	Elaboración y control de presupuestos.		
	Aprobar y firmar el reporte de		
	Elborar informe de estados financieros para su presentación a la Gerencia General		
	Control de cuentas por cobrar y cuentas por pagar		
	Análisis de Estados Financieros para facilitar la toma de decisiones a la Gerencia.		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo determinado		
Remuneración	S/ 6,500 nuevos soles		
Ubicación Física	Oficina		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		

C.- Gerencia de Ventas	
Descripción y Perfil del Puesto	
Nombre del puesto	Gerente de Ventas

Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitaria	Bachiller	Administración de empresas o a fines
Experiencia	2 años en empresas de producción o empresas similares		
Otros	Técnicas de ventas		
Habilidades	Liderazgo		
	Orientado a resultados		
	Trabajo en Equipo		
Acciones y Resultados Esperados	Preparar planes y presupuestos de ventas		
	Establecer metas y objetivos		
	Calcular la demanda y pronosticar las ventas		
	Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores		
	Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas		
	Asegurar el cumplimiento de las ventas proyectadas		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo determinado		
Remuneración	S/ 3,000 nuevos soles y comisiones		
Ubicación Física	Oficina y Campo		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		

D.- Gerencia de Operaciones	
Descripción y Perfil del Puesto	
Nombre del puesto	Gerente de Operaciones

Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitaria	Bachiller	Ingeniería industrial
Experiencia	2 años en empresas de producción		
Otros	Manejo de Office & Inglés Intermedio		
Habilidades	Liderazgo		
	Orientado a resultados		
	Trabajo en Equipo		
Acciones y Resultados Esperados	Velar por el mejoramiento continuo de los procesos y capacidades de los estamentos bajo su mando, administrativos y operativos.		
	Definir planes, políticas y objetivos de la gerencia, revisar los resultados de indicadores, cumplimiento de metas y evaluar la eficacia y oportunidad de las acciones determinadas.		
	Proponer los planes de mitigación de los riesgos que afectan a los procesos de sus organizaciones.		
	Velar por los productos en proceso, estén siempre relacionados		
	Participar de la formulación y el control presupuestario		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo determinado		
Remuneración	S/ 5,000 nuevos soles		
Ubicación Física	Oficina y planta		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		

D1.- Producción	
Descripción y Perfil del Puesto	
Nombre del puesto	Jefe de Producción
Competencias	

	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitaria	Bachiller	Administración de empresas o a fines
Experiencia	2 años en empresas de producción		
Otros	Manejo de Office & Control de procesos		
Habilidades	Liderazgo		
	Orientado a resultados		
	Trabajo en Equipo		
Acciones y Resultados Esperados	Vigilar y hacer cumplir la Prevención de Riesgos, Seguridad y Salud		
	Recepción de materiales		
	Seguimiento de la producción		
	Gestión de pedidos y proveedores		
	Responsable de las existencias de materia prima, material de empaque y productos en proceso.		
	Ejecuta planes de mejora y de procesos		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo determinado		
Remuneración	S/ 3,000 nuevos soles		
Ubicación Física	Planta		
Beneficios Sociales	Si		
Jornada	Diurna		

D2- Calidad			
Descripción y Perfil del Puesto			
Nombre del puesto	Jefe de Calidad		
Competencias			
	Grado de Instrucción	Título	Profesión
Educación	Universitaria	Bachiller	Quimico Farmacéutico
Experiencia	2 años en empresas de producción		

Otros	Manejo de Office & Manejo de procesos productivos
Habilidades	Liderazgo
	Orientado a resultados
	Trabajo en Equipo
Acciones y Resultados Esperados	Controlar la calidad de los productos fabricados Auditorías para facilitar los medios necesarios para superar satisfactoriamente las auditorías de calidad realizadas Gestión documental, elaboración y aprobación de los PNTs gestionados en el departamento Garantizar que se esté utilizando la materia prima aprobada Dar capacitaciones de los diferentes procedimientos y normas emitidos por el área de calidad.
Condiciones del Puesto	
Tipo de Contrato	Contrato a Plazo determinado
Remuneración	S/ 3,000 nuevos soles
Ubicación Física	Planta
Beneficios Sociales	Si
Jornada	Diurna

5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

5.2.5.Aspectos laborales

- b. Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.

Puesto / Servicio	Tipo de contrato
Gerente General	Contrato de naturaleza indeterminada
Gerente de Administración	Contrato de naturaleza indeterminada
Gerente de Ventas	Contrato de naturaleza indeterminada
Gerente de Operaciones	Contrato de naturaleza indeterminada
Servicio de Limpieza	Contrato de naturaleza temporal (Sujeto a modalidad)
Servicio de Vigilancia	Contrato de naturaleza temporal (Sujeto a modalidad)
Servicio de Mensajería	Contrato por locación de servicios

- b. Régimen laboral de puestos de trabajo.
- c. Planilla para todos los años del proyecto.
- d. Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.
- e. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Personal	Clasificación	Horario de trabajo	
		Lunes a Viernes	Sábados
Gerente General	Administrativo	9:00 am - 6:00 pm	9:00 am - 1:00 pm
Administración	Administrativo	9:00 am - 6:00 pm	9:00 am - 1:00 pm
Ventas	Administrativo	9:00 am - 6:00 pm	9:00 am - 1:00 pm
Producción	Mano de obra directa	8:00 am - 5:00 pm	9:00 am - 2:30 pm
Calidad	Mano de obra indirecta	8:00 am - 5:00 pm	9:00 am - 2:30 pm

Capítulo VI:

Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1.Capacidad instalada

- c. Criterios.
- d. Cálculos.

Maquina mas lenta(cuello de botella)	Marmita de 30 kg	
capacidad diaria	15 Lt de producto terminado /dia	
Capacidad mensual(22dias)	330 Kg/mes	
Capacidad anual	3960 kg/ año	

6.1.2. Capacidad utilizada

- Criterios.
- Cálculos.
- Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Programa de producción en frascos	2018	2019	2020	2021	2022
Presentación de 50 ml a producir	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386
Presentación de 200 ml a producir	6,848	8,663	9,686	10,725	11,729
Total unidades a producir	21,668	27,411	30,649	33,937	37,115

Programa de producción en Litros	2018	2019	2020	2021	2022
Presentación de 50 ml a producir	741	937	1,048	1,161	1,269
Presentación de 200 ml a producir	1,370	1,733	1,937	2,145	2,346
Litros producidos	2111	2670	2985	3306	3615

	2018	2019	2020	2021	2022
Litros producidos(Tamaño normal)	2,111	2,670	2,985	3,306	3,615
Capacidad instalada en Litros de producto terminado(tamaño máximo)	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960
% de utilización	53.30%	67.42%	75.39%	83.47%	91.29%
% de capacidad ociosa	46.70%	32.58%	24.61%	16.53%	8.71%

6.1.3. Capacidad máxima

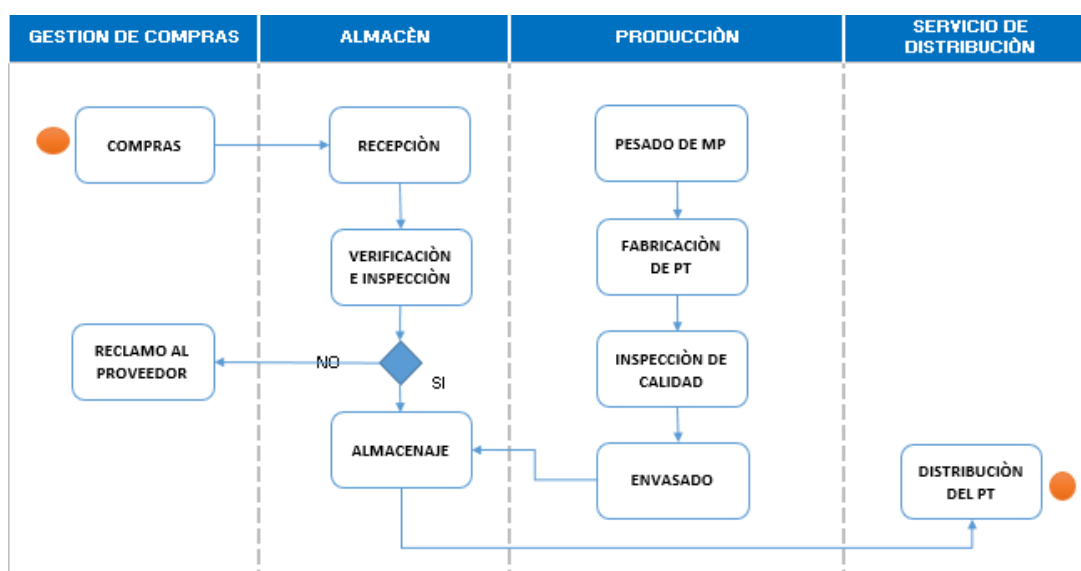
- Criterios.
- Cálculos.

Maquina más lenta(cuello de botella) en términos supranormales	Marmita
Capacidad	15/Litros DIARIOS

Horas a trabajar por día en un turno de 24 horas	45GLitros DIA MAXIMO
Capacidad mensual(22días)	990 Kg/mes
Capacidad anual	11880 kg/ año

6.2. Procesos

6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción.



En esta descripción del proceso de fabricación de la mascarilla para el rostro es importante aclarar que este proceso es siempre el mismo, no importa si se fabrica una cantidad mínima o una cantidad mayor. De acuerdo al flujograma que se ha presentado, el proceso es el siguiente:

1. **Compras:** El área de compras generara un pedido a sus proveedores, en donde figura los insumos, materias primas, envases y embalajes a comprar, en donde detallara código, descripción, unidad de medida y cantidad.
2. **Recepción:** Luego de realizadas las compras, cuando los insumos, materias primas, envases y embalajes lleguen al almacén, se descargan, se verificará las cantidades de acuerdo al procedimiento de recepción para ver si corresponden a lo solicitado,

3. Verificación e inspección: además se revisa su estado si no coinciden o no están en buen estado se solicita al área de compras que coordine el cambio o de lo contrario se rechazara lo que no se encuentre en buenas condiciones.
4. Almacenamiento: Se almacenarán los insumos, materias primas, envases y embalajes en los respectivos anaqueles que corresponda y serán registrados en el sistema MP, PP, a la espera de su utilización o preparación. Se deben rotular y colocar la fecha de vencimiento a los insumos de manera que sea fácil su identificación. Este ambiente se deberá encontrar en óptimas condiciones
5. Pesado de la materia prima: en este proceso el área de producción separa y selecciona la MP que utilizara para la producción, de tal manera que cuenten con todos los productos en cantidad a utilizar en el proceso de fabricación.
6. Fabricación de producto terminado: en este proceso se mezcla las MP en los porcentajes según la fórmula de producción, hasta que se encuentre homogénea.
7. Inspección de calidad: En este proceso el área de control de calidad tomara una muestra para analizar si la fabricación se encuentra dentro de los estándares estipulados.
8. Envasado. Antes de realizar el envasado se debe tener en cuenta que el envase debe de encontrarse limpio, desinfectado. Luego de ello deben de proceder con el sellado de los recipientes para luego ser codificados con etiquetas en donde pueda ser diferenciados por el lote, fecha de vencimiento, etc.
14. Almacenamiento Producto Terminado. Será trasladado de forma manual hacia el almacén teniendo en cuenta la temperatura a nivel de ambiente y en un lugar en óptimas condiciones.
15. Distribución. Consiste en el traslado y entrega de los productos en las bodegas, teniendo en cuenta el lote y fecha de vencimiento, como también las órdenes de compra por parte del detallista y la proyección de ventas.

6.2.1. Programa de producción.

Frascos de 50 ml		2018	2019	2020	2021	2022
Frascos de 50 ml		16,075	18,193	20,342	22,526	24,743
Sampling	0.50%	1%	1%	1%	1%	1%
Inventario final		5%	5%	5%	5%	5%
Merma de producto terminado		2%	2%	2%	2%	2%

Presentación de 50 ml 2017-2018			Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Total
Frascos de 50 ml	%			4.81%	5.81%	6.81%	5.52%	6.52%	7.52%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	89.08%
Unidades vendidas				774	935	1,095	887	1,048	1,208	1,346	1,346	1,346	1,445	1,445	1,445	14,319
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	80	8	9	11	9	10	12	13	13	13	14	14	14	143
MERMA	2.00%	UNIDADES	2	15	19	22	18	21	24	27	27	27	29	29	29	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES		39	47	55	44	52	60	67	67	67	72	72	72	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES		-	-39	-47	-55	-44	-52	-60	-67	-67	-67	-72	-72	

Presentación de 50 ml a producir			82	836	971	1,136	903	1,087	1,253	1,393	1,387	1,387	1,493	1,488	1,488	14,821
----------------------------------	--	--	----	-----	-----	-------	-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------

Presentacion de 50 ml 2019			Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	Total
Frascos de 50 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%
Unidades vendidas				1,511	1,511	1,395	1,395	1,395	1,524	1,524	1,524	1,635	1,635	1,635	18,193
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	15	15	15	14	14	14	15	15	15	16	16	16	182
MERMA	2.00%	UNIDADES	30	30	30	28	28	28	30	30	30	33	33	33	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	76	76	76	70	70	70	76	76	76	82	82	82	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-72	75.56	-76	-76	-70	-70	-70	-76	-76	-76	-82	-82	
Presentacion de 50 ml a producir			1,560	1,557	1,557	1,431	1,437	1,437	1,576	1,569	1,569	1,690	1,684	1,684	18,749

Presentacion de 50 ml 2020	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	Total
----------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

Frascos de 50 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%
Unidades vendidas				1,690	1,690	1,560	1,560	1,560	1,704	1,704	1,704	1,828	1,828	1,828	20,342
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	17	17	17	16	16	16	17	17	17	18	18	18	203
MERMA	2.00%	UNIDADES	34	34	34	31	31	31	34	34	34	37	37	37	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	84	84	84	78	78	78	85	85	85	91	91	91	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-82	84.49	-84	-84	-78	-78	-78	-85	-85	-85	-91	-91	
Presentacion de 50 ml a producir			1,743	1,740	1,740	1,600	1,606	1,606	1,762	1,755	1,755	1,889	1,883	1,883	20,963

Presentacion de 50 ml 2021			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
Frascos de 50 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%

Unidades vendidas				1,871	1,871	1,727	1,727	1,727	1,886	1,886	1,886	2,024	2,024	2,024	22,526
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	19	19	19	17	17	17	19	19	19	20	20	20	225
MERMA	2.00%	UNIDADES	37	37	37	35	35	35	38	38	38	40	40	40	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	94	94	94	86	86	86	94	94	94	101	101	101	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-91	93.56	-94	-94	-86	-86	-86	-94	-94	-94	-101	-101	
Presentacion de 50 ml a producir			1,929	1,927	1,927	1,772	1,779	1,779	1,951	1,943	1,943	2,092	2,085	2,085	23,212

Presentacion de 50 ml 2022			Ene-22	Feb-22	Mar-22	Abr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Ago-22	Set-22	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Total
Frascos de 50 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%
Unidades vendidas				2,055	2,055	1,897	1,897	1,897	2,072	2,072	2,072	2,224	2,224	2,224	24,743

SAMPLING	1.00%	UNIDADES	21	21	21	19	19	19	21	21	21	22	22	22	247
MERMA	2.00%	UNIDADES	41	41	41	38	38	38	41	41	41	44	44	44	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	103	103	103	95	95	95	104	104	104	111	111		
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-101	-102.77	-103	-103	-95	-95	-95	-104	-104	-104	-111	-111	
Presentacion de 50 ml a producir			2,119	2,117	2,117	1,946	1,954	1,954	2,143	2,134	2,134	2,298	2,290	2,179	25,386

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Presentación de 50 ml a producir	82	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386

resumen de de sampling y stock	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	82	143	182	203	225	247
Stock inicial	0	0	72	82	91	101

Stock final	0	72	82	91	101	0
-------------	---	----	----	----	-----	---

Resumen total de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Presentación de 50 ml a producir	82	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386
Presentación de 200 ml a producir	38	6,848	8,663	9,686	10,725	11,729
Total unidades a producir	120	21,668	27,411	30,649	33,937	37,115

		2018	2019	2020	2021	2022
Fracos de 200 ml		7,427	8,406	9,399	10,408	11,432
Sampling	0.50%	1%	1%	1%	1%	1%
Inventario final		5%	5%	5%	5%	5%
Merma de producto terminado		2%	2%	2%	2%	2%

Presentacion de 200 ml 2017-2018	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Total
-------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

Fracos de 200 ml	%			4.81%	5.81%	6.81%	5.52%	6.52%	7.52%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	89.08%
Unidades vendidas				358	432	506	410	484	558	622	622	622	667	667	667	6,616
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	37	4	4	5	4	5	6	6	6	6	7	7	7	66
MERMA	2.00%	UNIDADES	1	7	9	10	8	10	11	12	12	12	13	13	13	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES		18	22	25	20	24	28	31	31	31	33	33	33	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES		-	-18	-22	-25	-20	-24	-28	-31	-31	-31	-33	-33	
Presentacion de 200 ml a producir			38	386	449	525	417	502	579	644	641	641	690	687	687	6,848

Presentacion de 200 ml 2019			Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19	Dic-19	Total
Fracos de 200 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%
Unidades vendidas				698	698	644	644	644	704	704	704	755	755	755	8,406
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	7	7	7	6	6	6	7	7	7	8	8	8	84

MERMA	2.00%	UNIDADES	14	14	14	13	13	13	14	14	14	15	15	15	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	35	35	35	32	32	32	35	35	35	38	38	38	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-33	-	-35	-35	-32	-32	-32	-35	-35	-35	-38	-38	
Presentacion de 200 ml a producir			721	719	719	661	664	664	728	725	725	781	778	778	8,663

Presentacion de 200 ml 2020			Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	Total
Fracos de 200 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%
Unidades vendidas				781	781	721	721	721	787	787	787	845	845	845	9,399
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	8	8	8	7	7	7	8	8	8	8	8	8	94
MERMA	2.00%	UNIDADES	16	16	16	14	14	14	16	16	16	17	17	17	

INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	39	39	39	36	36	36	39	39	39	42	42	42	
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-38	-	-39	-39	-36	-36	-36	-39	-39	-39	-42	-42	
Presentacion de 200 ml a producir			805	804	804	739	742	742	814	811	811	873	870	870	9,686

Presentacion de 200 ml 2021			Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21	Total
Fracos de 200 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%
Unidades vendidas				865	865	798	798	798	872	872	872	935	935	935	10,408
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	9	9	9	8	8	8	9	9	9	9	9	9	104
MERMA	2.00%	UNIDADES	17	17	17	16	16	16	17	17	17	19	19	19	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	43	43	43	40	40	40	44	44	44	47	47	47	

INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-42	-	-43	-43	-40	-40	-40	-44	-44	-44	-47	-47	
Presentacion de 200 ml a producir			891	890	890	819	822	822	901	898	898	967	963	963	10,725

Presentacion de 200 ml 2022			Ene-22	Feb-22	Mar-22	Abr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Ago-22	Set-22	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Total
Fracos de 200 ml	%		8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%	8.37%	8.37%	8.37%	8.99%	8.99%	8.99%	100.00%
Unidades vendidas				950	950	876	876	876	957	957	957	1,027	1,027	1,027	11,432
SAMPLING	1.00%	UNIDADES	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	114
MERMA	2.00%	UNIDADES	19	19	19	18	18	18	19	19	19	21	21	21	
INVENTARIO FINAL 5% del presente mes	5.00%	UNIDADES	47	47	47	44	44	44	48	48	48	51	51		
INVENTARIO INICIAL		UNIDADES	-47	-	-47	-47	-44	-44	-44	-48	-48	-48	-51	-51	

Presentacion de 200 ml a producir			979	978	978	899	903	903	990	986	986	1,062	1,058	1,007	11,729
--	--	--	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	--------------	--------------	--------------	---------------

Resumen de producción	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Presentación de 200 ml a producir	38	6,848	8,663	9,686	10,725	11,729

resumen de de sampling y stock	Dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Sampling	38	66	84	94	104	114
Stock inicial	0	0	33	38	42	47
Stock final	0	33	38	42	47	0

6.2.2. Necesidad de materias primas e insumos.

Insumo y materiales Presentación de 50 ml	Cantidad en gramos o unidad	UM	Precio Kg/litro/unidad	% merma	Costo por kilo/unidad	costo unitario
Agua Desionizada	77.7	gramos	S/. 1.63		S/. 1.39	S/. 0.11
Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	7.0	gramos	S/. 16.58		S/. 14.05	S/. 0.10
Almidon	10.0	gramos	S/. 14.50		S/. 12.29	S/. 0.12
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	4.0	gramos	S/. 575.00		S/. 487.29	S/. 1.95
Oxido de Zinc	5.0	gramos	S/. 195.00		S/. 165.25	S/. 0.83
Silicona CM5	2.0	gramos	S/. 16.35		S/. 13.85	S/. 0.03
Procare (preservante)	1.0	gramos	S/. 15.00		S/. 12.71	S/. 0.01
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	2.0	gramos	S/. 68.00		S/. 57.63	S/. 0.12
Dioxido de Titanio	0.5	gramos	S/. 230.00		S/. 194.92	S/. 0.10
Oleo Resina de Copaiba	1.5	gramos	S/. 265.00		S/. 224.58	S/. 0.34

Aceite de Aguaje	1.0	gramos	S/. 265.00		S/. 224.58	S/. 0.22
Fragancia	0.30	gramos	S/. 228.83		S/. 193.92	S/. 0.06
Kaolin	10.0	ml	S/. 250.00		S/. 211.86	S/. 2.12
Salidant	0.15	ml	S/. 280.00		S/. 237.29	S/. 0.04
Envases	1	unidades	S/. 10.00		S/. 8.47	S/. 8.47
Cajas	1	unidades	S/. 1.80		S/. 1.53	S/. 1.53
Sellos Termoencogibles	1	unidades	S/. 0.12		S/. 0.10	S/. 0.10
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	1	unidades	S/. 0.18		S/. 0.15	S/. 0.15
etiquetas adhesivas (producto)	1	unidades	S/. 0.15		S/. 0.13	S/. 0.13
						S/. 16.51

Necsidad de materias primas Presentación de 50 ml	unidad	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Agua Desionizada	kg	6.4	64.9	75.4	88.3	70.2	84.5	97.3	108.3	107.7	107.7	116.0	115.6	115.6	1152	1457	1629	1804	1972
Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	kg	0.6	5.9	6.8	8.0	6.3	7.6	8.8	9.8	9.7	9.7	10.4	10.4	10.4	104	131	147	162	178
Almidon	kg	0.8	8.4	9.7	11.4	9.0	10.9	12.5	13.9	13.9	13.9	14.9	14.9	14.9	148	187	210	232	254
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	kg	0.3	3.3	3.9	4.5	3.6	4.3	5.0	5.6	5.5	5.5	6.0	6.0	6.0	59	75	84	93	102
Oxido de Zinc	kg	0.4	4.2	4.9	5.7	4.5	5.4	6.3	7.0	6.9	6.9	7.5	7.4	7.4	74	94	105	116	127
Silicona CM5	kg	0.2	1.7	1.9	2.3	1.8	2.2	2.5	2.8	2.8	2.8	3.0	3.0	3.0	30	37	42	46	51
Procure (preservante)	kg	0.1	0.8	1.0	1.1	0.9	1.1	1.3	1.4	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5	15	19	21	23	25
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	kg	0.2	1.7	1.9	2.3	1.8	2.2	2.5	2.8	2.8	2.8	3.0	3.0	3.0	30	37	42	46	51
Dioxido de Titanio	kg	0.0	0.4	0.5	0.6	0.5	0.5	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	7	9	10	12	13
Oleo Resina de Copaiba	kg	0.1	1.3	1.5	1.7	1.4	1.6	1.9	2.1	2.1	2.1	2.2	2.2	2.2	22	28	31	35	38
Aceite de Aguaje	kg	0.1	0.8	1.0	1.1	0.9	1.1	1.3	1.4	1.4	1.4	1.5	1.5	1.5	15	19	21	23	25
Fragancia	kg	0.0	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	4	6	6	7	8
kaolin	Lt	0.8	8.4	9.7	11.4	9.0	10.9	12.5	13.9	13.9	13.9	14.9	14.9	14.9	148	187	210	232	254
Salidant	Lt	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	2	3	3	3	4

Necsidad de Materiales Presentación de 50 ml		Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Envases	unidad	82	836	971	1,136	903	1,087	1,253	1,393	1,387	1,387	1,493	1,488	1,488	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386
Cajas	unidad	82	836	971	1,136	903	1,087	1,253	1,393	1,387	1,387	1,493	1,488	1,488	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386
Sellos Termoencogibles	unidad	82	836	971	1,136	903	1,087	1,253	1,393	1,387	1,387	1,493	1,488	1,488	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	unidad	82	836	971	1,136	903	1,087	1,253	1,393	1,387	1,387	1,493	1,488	1,488	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386
etiquetas adhesivas (producto)	unidad	82	836	971	1,136	903	1,087	1,253	1,393	1,387	1,387	1,493	1,488	1,488	14,821	18,749	20,963	23,212	25,386

Insumo y materiales Presentación de 200 ml	Cantidad en gramos o unidad	UM	Precio Kg/litro/unidad	% merma	Costo por kilo/unidad	costo unitario
Agua Desionizada	310.8	gramos	S/. 1.63		S/. 1.39	S/. 0.43

Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	28.0	gramos	S/. 16.58		S/. 14.05	S/. 0.39
Almidon	40.0	gramos	S/. 14.50		S/. 12.29	S/. 0.49
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	16.0	gramos	S/. 575.00		S/. 487.29	S/. 7.80
Oxido de Zinc	20.0	gramos	S/. 195.00		S/. 165.25	S/. 3.31
Silicona CM5	8.0	gramos	S/. 16.35		S/. 13.85	S/. 0.11
Procare (preservante)	4.0	gramos	S/. 15.00		S/. 12.71	S/. 0.05
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	8.0	gramos	S/. 68.00		S/. 57.63	S/. 0.46
Dioxido de Titanio	2.0	gramos	S/. 230.00		S/. 194.92	S/. 0.39
Oleo Resina de Copaiba	6.0	gramos	S/. 265.00		S/. 224.58	S/. 1.35
Aceite de Aguaje	4.0	gramos	S/. 265.00		S/. 224.58	S/. 0.90
Fragancia	1.2	gramos	S/. 228.83		S/. 193.92	S/. 0.23
Kaolin	40.0	ml	S/. 250.00		S/. 211.86	S/. 8.47
Salidant	0.6	ml	S/. 280.00		S/. 237.29	S/. 0.14
Envases	1	unidades	S/. 15.00		S/. 12.71	S/. 12.71
Cajas	1	unidades	S/. 2.00		S/. 1.69	S/. 1.69
Sellos Termoencogibles	1	unidades	S/. 0.12		S/. 0.10	S/. 0.10
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	1	unidades	S/. 0.18		S/. 0.15	S/. 0.15
etiquetas adhesivas (producto)	1	unidades	S/. 0.15		S/. 0.13	S/. 0.13
						S/. 39.31

Necesidad de materias primas Presentación de 200 ml	unidad	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Agua Desionizada	kg	11.77	120.03	139.40	163.18	129.66	156.09	179.87	200.11	199.12	199.12	214.37	213.67	213.67	2128	2692	3010	3333	3645

Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	kg	1.06	10.81	12.56	14.70	11.68	14.06	16.20	18.03	17.94	17.94	19.31	19.25	19.25	192	243	271	300	328
Almidon	kg	1.52	15.45	17.94	21.00	16.69	20.09	23.15	25.75	25.63	25.63	27.59	27.50	27.50	274	347	387	429	469
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	kg	0.61	6.18	7.18	8.40	6.68	8.04	9.26	10.30	10.25	10.25	11.04	11.00	11.00	110	139	155	172	188
Oxido de Zinc	kg	0.76	7.72	8.97	10.50	8.34	10.04	11.57	12.88	12.81	12.81	13.79	13.75	13.75	137	173	194	214	235
Silicona CM5	kg	0.30	3.09	3.59	4.20	3.34	4.02	4.63	5.15	5.13	5.13	5.52	5.50	5.50	55	69	77	86	94
Procare (preservante)	kg	0.15	1.54	1.79	2.10	1.67	2.01	2.31	2.58	2.56	2.56	2.76	2.75	2.75	27	35	39	43	47
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	kg	0.30	3.09	3.59	4.20	3.34	4.02	4.63	5.15	5.13	5.13	5.52	5.50	5.50	55	69	77	86	94
Dioxido de Titanio	kg	0.08	0.77	0.90	1.05	0.83	1.00	1.16	1.29	1.28	1.28	1.38	1.37	1.37	14	17	19	21	23
Oleo Resina de Copaiba	kg	0.23	2.32	2.69	3.15	2.50	3.01	3.47	3.86	3.84	3.84	4.14	4.12	4.12	41	52	58	64	70
Aceite de Aguaje	kg	0.15	1.54	1.79	2.10	1.67	2.01	2.31	2.58	2.56	2.56	2.76	2.75	2.75	27	35	39	43	47
Fragancia	kg	0.05	0.46	0.54	0.63	0.50	0.60	0.69	0.77	0.77	0.77	0.83	0.82	0.82	8	10	12	13	14
kaolin	Lt	1.52	15.45	17.94	21.00	16.69	20.09	23.15	25.75	25.63	25.63	27.59	27.50	27.50	274	347	387	429	469
Salidant	Lt	0.02	0.23	0.27	0.32	0.25	0.30	0.35	0.39	0.38	0.38	0.41	0.41	0.41	4	5	6	6	7

Necesidad de Materiales Presentación de 200 ml		Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Envases	unidad	38	386	449	525	417	502	579	644	641	641	690	687	687	6848	8663	9686	10725	11729

Cajas	unidad	38	386	449	525	417	502	579	644	641	641	690	687	687	6848	8663	9686	10725	11729
Sellos Termoencogibles	unidad	38	386	449	525	417	502	579	644	641	641	690	687	687	6848	8663	9686	10725	11729
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	unidad	38	386	449	525	417	502	579	644	641	641	690	687	687	6848	8663	9686	10725	11729
etiquetas adhesivas (producto)	unidad	38	386	449	525	417	502	579	644	641	641	690	687	687	6848	8663	9686	10725	11729

Resumen total de materias primas	Unidad	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Agua Desionizada	kg	18.1	185.0	214.8	251.5	199.8	240.6	277.2	308.4	306.9	306.9	330.4	329.3	329.3	3,279.8	4,149.1	4,639.1	5,136.9	5,617.8
Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	kg	1.6	16.7	19.4	22.7	18.0	21.7	25.0	27.8	27.6	27.6	29.8	29.7	29.7	295.5	373.8	417.9	462.8	506.1
Almidon	kg	2.3	23.8	27.6	32.4	25.7	31.0	35.7	39.7	39.5	39.5	42.5	42.4	42.4	422.1	534.0	597.1	661.1	723.0

Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	kg	0.9	9.5	11.1	12.9	10.3	12.4	14.3	15.9	15.8	15.8	17.0	17.0	17.0	168.8	213.6	238.8	264.4	289.2
Oxido de Zinc	kg	1.2	11.9	13.8	16.2	12.9	15.5	17.8	19.8	19.7	19.7	21.3	21.2	21.2	211.1	267.0	298.5	330.6	361.5
Silicona CM5	kg	0.5	4.8	5.5	6.5	5.1	6.2	7.1	7.9	7.9	7.9	8.5	8.5	8.5	84.4	106.8	119.4	132.2	144.6
Procare (preservante)	kg	0.2	2.4	2.8	3.2	2.6	3.1	3.6	4.0	3.9	3.9	4.3	4.2	4.2	42.2	53.4	59.7	66.1	72.3
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	kg	0.5	4.8	5.5	6.5	5.1	6.2	7.1	7.9	7.9	7.9	8.5	8.5	8.5	84.4	106.8	119.4	132.2	144.6
Dioxido de Titanio	kg	0.1	1.2	1.4	1.6	1.3	1.5	1.8	2.0	2.0	2.0	2.1	2.1	2.1	21.1	26.7	29.9	33.1	36.2
Oleo Resina de Copaiba	kg	0.4	3.6	4.1	4.9	3.9	4.6	5.4	6.0	5.9	5.9	6.4	6.4	6.4	63.3	80.1	89.6	99.2	108.5
Aceite de Aguaje	kg	0.2	2.4	2.8	3.2	2.6	3.1	3.6	4.0	3.9	3.9	4.3	4.2	4.2	42.2	53.4	59.7	66.1	72.3
Fragancia	kg	0.1	0.7	0.8	1.0	0.8	0.9	1.1	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	1.3	12.7	16.0	17.9	19.8	21.7
kaolin	Lt	2.3	23.8	27.6	32.4	25.7	31.0	35.7	39.7	39.5	39.5	42.5	42.4	42.4	422.1	534.0	597.1	661.1	723.0
Salidant	Lt	0.04	0.4	0.4	0.5	0.4	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	6.3	8.0	9.0	9.9	10.8

Resumen total de materiales	Unidad	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Envases 50 ml	unidad	82.0	835.9	970.8	1,136.3	903.0	1,087.0	1,252.6	1,393.5	1,386.6	1,386.6	1,492.8	1,487.9	1,487.9	14,820.7	18,748.7	20,963.1	23,212.2	25,385.5
Cajas 50 ml	unidad	82.0	835.9	970.8	1,136.3	903.0	1,087.0	1,252.6	1,393.5	1,386.6	1,386.6	1,492.8	1,487.9	1,487.9	14,820.7	18,748.7	20,963.1	23,212.2	25,385.5
Envases 200 ml	unidad	37.9	386.2	448.5	525.0	417.2	502.2	578.7	643.8	640.7	640.7	689.7	687.5	687.5	6,847.7	8,662.6	9,685.7	10,724.9	11,729.0
Cajas 200 ml	unidad	37.9	386.2	448.5	525.0	417.2	502.2	578.7	643.8	640.7	640.7	689.7	687.5	687.5	6,847.7	8,662.6	9,685.7	10,724.9	11,729.0
Sellos Termoencogibles	unidad	119.9	1,222.0	1,419.3	1,661.4	1,320.1	1,589.2	1,831.3	2,037.3	2,027.2	2,027.2	2,182.6	2,175.4	2,175.4	21,668.5	27,411.2	30,648.8	33,937.1	37,114.5
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	unidad	119.9	1,222.0	1,419.3	1,661.4	1,320.1	1,589.2	1,831.3	2,037.3	2,027.2	2,027.2	2,182.6	2,175.4	2,175.4	21,668.5	27,411.2	30,648.8	33,937.1	37,114.5
etiquetas adhesivas (producto)	unidad	119.9	1,222.0	1,419.3	1,661.4	1,320.1	1,589.2	1,831.3	2,037.3	2,027.2	2,027.2	2,182.6	2,175.4	2,175.4	21,668.5	27,411.2	30,648.8	33,937.1	37,114.5

6.2.3. Programa de compras de materias primas e insumos.

Programa de compras materia prima	Unidad	Frecuencia de compra	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
-----------------------------------	--------	----------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	------	------	------	------	------

Agua Desionizada	Kg	Mensual	18	185	215	251	200	241	277	308	307	307	330	329	329	3280	4149	4639	5137	5618
Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	Kg	Mensual	2	17	19	23	18	22	25	28	28	28	30	30	30	295	374	418	463	506
Almidon	Kg	Mensual	2	24	28	32	26	31	36	40	39	39	43	42	42	422	534	597	661	723
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	Kg	Mensual	1	10	11	13	10	12	14	16	16	16	17	17	17	169	214	239	264	289
Oxido de Zinc	Kg	Mensual	1	12	14	16	13	15	18	20	20	20	21	21	21	211	267	299	331	362
Silicona CM5	Kg	Mensual	0.5	5	6	6	5	6	7	8	8	8	9	8	8	84	107	119	132	145
Procure (preservante)	Kg	Mensual	0.2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	42	53	60	66	72
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	kg	Mensual	0.5	5	6	6	5	6	7	8	8	8	9	8	8	84	107	119	132	145
Dioxido de Titanio	Kg	semestral	0.12	9						12						21	27	30	33	36
Oleo Resina de Copaiba	Kg	semestral	0.35	26						37						63	80	90	99	108
Aceite de Aguaje	Kg	semestral	0.23	18						25						42	53	60	66	72
Fragancia	Kg	semestral	0.07	5						7						13	16	18	20	22
kaolin	Lt	mensual	2.33	24	28	32	26	31	36	40	39	39	43	42	42	422	534	597	661	723
Salidant	Lt	semestral	0.04	3						4						6	8	9	10	11

Programa de compras de materiales en cientos	Frecuencia de compra	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Envases 50 ml	trimestral	1	29			32			42			45			148	187	210	232	254
Cajas 50 ml	trimestral	1	29			32			42			45			148	187	210	232	254
Envases 200 ml	trimestral	1	14			15			19			21			68	87	97	107	117
Cajas 200 ml	trimestral	1	14			15			19			21			68	87	97	107	117
Sellos Termoencogibles	trimestral	2	43			47			61			65			217	274	306	339	371

etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	trimestral	2	43			47			61			65			217	274	306	339	371
etiquetas adhesivas (producto)	trimestral	2	43			47			61			65			217	274	306	339	371

6.2.4. Requerimiento de mano de obra directa.

El requerimiento en función al horario determinado es el siguiente:

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	1	1	1	1
Gerente de Administración y finanzas	1	1	1	1	1
Gerente de ventas	1	1	1	1	1
Gerente de Operaciones	1	1	1	1	1
Químico Farmacéutico y analista	1	1	1	1	1
Jefe de Almacén y Producción	1	1	1	1	1
Operarios	2	3	4	5	5
TOTAL	8	9	10	11	11

Fuente: Elaboración propia

6.3. Tecnología para el proceso

6.3.1. Maquinarias.

Maquinarias para Producción depreciable	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	valor de venta unitario	Valor de venta total	igv	Monto total	Reposición	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento (mensual, trimestral, etc.)
Marmita 30 KG	1	S/. 45,000	S/. 38,136	S/. 38,135.59	S/. 6,864	S/. 45,000	cada 5 años	S/. 600	anual
Olla industrial	3	S/. 2,000	S/. 1,695	S/. 5,084.75	S/. 915	S/. 6,000	cada 5 años	S/. 150	anual
Cocina industrial acero inoxidable 3 hornillas	1	S/. 5,000	S/. 4,237	S/. 4,237.29	S/. 763	S/. 5,000	cada 5 años	-	-
Dosificadora 1 piston	1	S/. 6,500	S/. 5,508	S/. 5,508.47	S/. 992	S/. 6,500	cada 5 años	S/. 500	anual
Refrigeradora Industrial	1	S/. 3,500	S/. 2,966	S/. 2,966.10	S/. 534	S/. 3,500	cada 5 años	-	-
compresora	1	S/. 700	S/. 593	S/. 593.22	S/. 107	S/. 700	cada 5 años	S/. 250	anual
Andamios 4 niveles	3	S/. 1,300	S/. 1,102	S/. 3,305.08	S/. 595	S/. 3,900	cada 5 años	-	-
Lavadero Industrial con escurridor	1	S/. 1,700	S/. 1,441	S/. 1,440.68	S/. 259	S/. 1,700	cada 5 años	-	-
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable (ver tamaño)	2	S/. 3,500	S/. 2,966	S/. 5,932.20	S/. 1,068	S/. 7,000	cada 5 años	-	-
Coche de transporte	1	S/. 2,000	S/. 1,695	S/. 1,694.92	S/. 305	S/. 2,000	cada 5 años	-	-
TOTAL				S/. 68,898.31	S/. 12,401.69	S/. 81,300.00			

6.3.2. Equipos.

Equipos para Producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición
Peachimetro	1	S/. 150.00	S/. 127.12	S/. 127.12	S/. 22.88	S/. 150.00	cada 5 años
Termohigrometro (para medir indice de humedad) elcometer318	2	S/. 2,000.00	S/. 1,694.92	S/. 3,389.83	S/. 610.17	S/. 4,000.00	cada 5 años
Termometro digitales	8	S/. 30.00	S/. 25.42	S/. 203.39	S/. 36.61	S/. 240.00	cada 5 años
Viscosimetro	1	S/. 1,500.00	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	S/. 228.81	S/. 1,500.00	cada 5 años
Estufa eléctrica	1	S/. 100.00	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 15.25	S/. 100.00	cada 5 años
Balanza por kilo	2	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 84.75	S/. 15.25	S/. 100.00	cada 5 años
Balanza gramera	2	S/. 300.00	S/. 254.24	S/. 508.47	S/. 91.53	S/. 600.00	cada 5 años
Aire acondicionado	1	S/. 3,500.00	S/. 2,966.10	S/. 2,966.10	S/. 533.90	S/. 3,500.00	cada 5 años
Pistola de calor	2	S/. 350.00	S/. 296.61	S/. 593.22	S/. 106.78	S/. 700.00	cada 3 años
Deshumecedor	3	S/. 800.00	S/. 677.97	S/. 2,033.90	S/. 366.10	S/. 2,400.00	cada 5 años
Apilador hidráulico	1	S/. 4,800.00	S/. 4,067.80	S/. 4,067.80	S/. 732.20	S/. 4,800.00	cada 5 años
				S/. 15,330.51	S/. 2,759.49	S/. 18,090.00	

Equipos de oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición
Computadora	3	S/. 1,450.00	S/. 1,228.81	S/. 3,686.44	S/. 663.56	S/. 4,350.00	cada 5 años
Laptop	5	S/. 1,750.00	S/. 1,483.05	S/. 7,415.25	S/. 1,334.75	S/. 8,750.00	cada 5 años
aire acondicionado (2 almacen) T/Pared 24000BTU	2	S/. 3,000.00	S/. 2,542.37	S/. 5,084.75	S/. 915.25	S/. 6,000.00	cada 5 años
Multifuncional (impresora/scanneer)	4	S/. 1,000.00	S/. 847.46	S/. 3,389.83	S/. 610.17	S/. 4,000.00	cada 5 años
				S/. 19,576.27	S/. 3,523.73	S/. 23,100.00	

6.3.3. Herramientas.

DETALLE	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	FRECUENCIA DE COMPRA
Paletas de acero inoxidable	3	7	S/. 6	S/. 17.80	S/. 3	S/. 21	Semestral
bagetas (agitar, mezcla para la fragancia)	50	1	S/. 1	S/. 42	S/. 8	S/. 50	Semestral
Juego Espatula de laboratorio	10	1	S/. 1	S/. 8	S/. 2	S/. 10	Trimestral
Vaso de Precipitado de 50 g.	10	12	S/. 10	S/. 102	S/. 18	S/. 120	Semestral
Vaso de Precipitado de 100 g.	10	17	S/. 14	S/. 144	S/. 26	S/. 170	Semestral
Vaso de Precipitado de 250 g.	10	20	S/. 17	S/. 169	S/. 31	S/. 200	Semestral
Vaso de Precipitado de 1 kg.	10	30	S/. 25	S/. 254	S/. 46	S/. 300	Semestral
pipetas (para extraer) 1 ml	5	3	S/. 3	S/. 13	S/. 2	S/. 15	Semestral
pipetas (para extraer) 1 0 ml	5	3	S/. 3	S/. 13	S/. 2	S/. 15	Semestral
Ficha de producción/control	5	15	S/. 13	S/. 64	S/. 11	S/. 75	Trimestral
TOTAL				S/. 827.12	S/. 148.88	S/. 976.00	

6.3.4. Utensilios.

DETALLE	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Guantes de vinilo	100	S/. 1	S/. 0.85	S/. 85	S/. 15	S/. 100	MENSUAL
Gorro circular desechable	100	S/. 1	S/. 0.85	S/. 85	S/. 15	S/. 100	MENSUAL
Mascarilla desechable	50	S/. 1	S/. 0.85	S/. 42	S/. 8	S/. 50	MENSUAL
Mandil	50	S/. 10	S/. 8.47	S/. 424	S/. 76	S/. 500	TRIMESTRAL
Pantalon Drill	10	S/. 50	S/. 42.37	S/. 424	S/. 76	S/. 500	ANUAL
Camisa Drill	10	S/. 50	S/. 42.37	S/. 424	S/. 76	S/. 500	ANUAL
Botas de Seguridad	10	S/. 120	S/. 101.69	S/. 1,017	S/. 183	S/. 1,200	ANUAL
Toallas de papel	5	S/. 2	S/. 1.69	S/. 8	S/. 2	S/. 10	MENSUAL
Rollo de papel higienico	48	S/. 0.8	S/. 0.68	S/. 33	S/. 6	S/. 38	MENSUAL
Alcohol en gel 1Lts.	5	S/. 10	S/. 8.47	S/. 42	S/. 8	S/. 50	MENSUAL
guantes gruesos para el calor	2	S/. 38	S/. 32.20	S/. 64	S/. 12	S/. 76	SEMESTRAL
Parihuela de plastico	3	S/. 4	S/. 3.39	S/. 10	S/. 2	S/. 12	ANUAL
cinta ribbon	1	S/. 50	S/. 42.37	S/. 42	S/. 8	S/. 50	MENSUAL
Botiquin	1	S/. 150	S/. 127.12	S/. 127	S/. 23	S/. 150	TRIMESTRAL
Extintor	4	S/. 260	S/. 220.34	S/. 881	S/. 159	S/. 1,040	ANUAL
TOTAL				S/. 3,708.81	S/. 667.59	S/. 4,376.40	

6.3.5. Mobiliario.

Mobiliario de Oficina	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total
Escritorios de madera carapacho	6	S/. 250.00	S/. 212	S/. 1,271	S/. 229	S/. 1,500
silla para escritorio con brazo	6	S/. 240.00	S/. 203	S/. 1,220	S/. 220	S/. 1,440
Mesa de reuniones	1	S/. 450.00	S/. 381	S/. 381	S/. 69	S/. 450
Estante archivador vertical de 4 gabetas	1	S/. 350.00	S/. 297	S/. 297	S/. 53	S/. 350
Sillas de madera	6	S/. 90.00	S/. 76	S/. 458	S/. 82	S/. 540
1 mesa de centro	1	S/. 400.00	S/. 339	S/. 339	S/. 61	S/. 400
Juego de muebles	1	S/. 1,500.00	S/. 1,271	S/. 1,271	S/. 229	S/. 1,500
				S/. 5,237.29	S/. 942.71	S/. 6,180.00

Mobiliario de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total
Estante	1	S/. 450	S/. 381	S/. 381.36	S/. 69	S/. 450
silla giratoria	2	S/. 280	S/. 237	S/. 474.58	S/. 85	S/. 560
Escritorio	1	S/. 250	S/. 212	S/. 211.86	S/. 38	S/. 250
				S/. 1,067.80	S/. 192.20	S/. 1,260.00

6.3.6. Útiles de oficina.

Detalle	Proveedor	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Papel bond 75 GR.	Tay Loy	10	S/. 18.5	S/. 16	S/. 157	S/. 28	S/. 185	trimestral

Papel cortante	Tay Loy	4	S/. 12.0	S/. 10	S/. 41	S/. 7	S/. 48	semestral
lapiceros faber castel	Tay Loy	36	S/. 0.4	S/. 0	S/. 13	S/. 2	S/. 15	trimestral
Lápiz	Tay Loy	18	S/. 0.6	S/. 1	S/. 10	S/. 2	S/. 11	trimestral
Cuadernos	Tay Loy	24	S/. 2.8	S/. 2	S/. 57	S/. 10	S/. 67	trimestral
Archivadores	Tay Loy	12	S/. 3.5	S/. 3	S/. 35	S/. 6	S/. 41	trimestral
Corrector	Tay Loy	18	S/. 1.3	S/. 1	S/. 20	S/. 4	S/. 24	trimestral
Resaltador	Tay Loy	24	S/. 1.6	S/. 1	S/. 33	S/. 6	S/. 39	trimestral
clic chico(caja de 100 unidades)	Tay Loy	6	S/. 1.5	S/. 1	S/. 8	S/. 1	S/. 9	trimestral
engrapador 50 hojas	Tay Loy	4	S/. 20.5	S/. 17	S/. 69	S/. 13	S/. 82	anual
perforador 20 hojas	Tay Loy	4	S/. 7.7	S/. 7	S/. 26	S/. 5	S/. 31	anual
Borrador	Tay Loy	6	S/. 0.4	S/. 0	S/. 2	S/. 0	S/. 3	anual
cuter (cuchilla corta papel)	Tay Loy	6	S/. 0.9	S/. 1	S/. 5	S/. 1	S/. 5	trimestral
grapas 26/6	Tay Loy	6	S/. 1.9	S/. 2	S/. 10	S/. 2	S/. 11	trimestral
Tijera	Tay Loy	4	S/. 2.8	S/. 2	S/. 9	S/. 2	S/. 11	semestral
suministros de impresora multifuncional	Tay Loy	1	S/. 128.0	S/. 108	S/. 108	S/. 20	S/. 128	trimestral
					S/. 602.31	S/. 108.41	S/. 710.72	

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Mantenimiento Maquinarias	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Marmita 30 KG	1	S/. 600	anual												S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
Olla industrial	3	S/. 150	anual												S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150

Cocina industrial acero inoxidable 3 hornillas	1	-	-												-	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Dosificadora 1 piston	1	S/. 500	anual												S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500
Refrigeradora Industrial	1	-	-												-	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
compresora	1	S/. 250	anual												S/. 250	S/. 250	S/. 250	S/. 250	S/. 250	S/. 250
Andamios 4 niveles	3	-	-												-	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Lavadero Industrial con escurridor	1	-	-												-	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable (ver tamaño)	2	-	-												-	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Coche de transporte	1	-	-												-	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Costo mantenimiento Maquinarias				S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Igv				S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 270.00	S/. 270.00	S/. 270.00	S/. 270.00	S/. 270.00	S/. 270.00
Monto				S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,770.00	S/. 1,770.00	S/. 1,770.00	S/. 1,770.00	S/. 1,770.00	S/. 1,770.00

6.3.8. Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Reposición de herramientas	Cant	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	FRECUENCIA DE COMPRA	Dic -17	Ene -18	Feb -18	Mar -18	Abr -18	May -18	Jun -18	Jul -18	Ago -18	Set -18	Oc t-18	Nov -18	Dic -18	2018
Paletas de acero inoxidable	3	S/. 7	S/. 5.93	S/. 17.80	Semestral	S/. 17.80						S/. 17.80						S/. 17.80	S/. 35.59

bagetas (agitar, mezcla para la fragancia)	50	S/. 1	S/. 0.85	S/. 42.37	Semestral	S/. 42.37					S/. 42.37						S/. 42.37	S/. 84.75		
Juego Espatula de laboratorio	10	S/. 1	S/. 0.85	S/. 8.47	Trimestral	S/. 8.47			S/. 8.47			S/. 8.47			S/. 8.47		S/. 8.47	S/. 33.90		
Vaso de Precipitado de 50 g.	10	S/. 12	S/. 10.17	S/. 101.69	Semestral	S/. 101.69					S/. 101.69						S/. 101.69	S/. 203.3		
Vaso de Precipitado de 100 g.	10	S/. 17	S/. 14.41	S/. 144.07	Semestral	S/. 144.07					S/. 144.07						S/. 144.07	S/. 288.1		
Vaso de Precipitadode 250 g.	10	S/. 20	S/. 16.95	S/. 169.49	Semestral	S/. 169.49					S/. 169.49						S/. 169.49	S/. 338.9		
Vaso de Precipitado de 1 kg.	10	S/. 30	S/. 25.42	S/. 254.24	Semestral	S/. 254.24					S/. 254.24						S/. 254.24	S/. 508.4		
pipetas (para extraer) 1 ml	5	S/. 3	S/. 2.54	S/. 12.71	Semestral	S/. 12.71					S/. 12.71						S/. 12.71	S/. 25.42		
pipetas (para extraer) 1 0 ml	5	S/. 3	S/. 2.54	S/. 12.71	Semestral	S/. 12.71					S/. 12.71						S/. 12.71	S/. 25.42		
Ficha de producciòn/control	5	S/. 15	S/. 12.71	S/. 63.56	Trimestral	S/63.56			S/63.56			S/63.56			S/63.56		S/63.56	S/254.24		
						Total valor de venta	S/827.12	S/0.00	S/0.00	S/72.03	S/0.00	S/0.00	S/827.12	S/0.00	S/0.00	S/72.03	S/0.00	S/0.00	S/827.12	S/1,798.3
						Igv	S/148.88	S/0.00	S/0.00	S/12.97	S/0.00	S/0.00	S/148.88	S/0.00	S/0.00	S/12.97	S/0.00	S/0.00	S/148.88	S/323.69
						Monto	S/976.00	S/0.00	S/0.00	S/85.00	S/0.00	S/0.00	S/976.00	S/0.00	S/0.00	S/85.00	S/0.00	S/0.00	S/976.00	S/2,122.0

Reposición de utensilios y útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	FRECUENCIA DE COMPRA	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Di
Guantes de vinilo	100	S/. 1	S/. 0.85	S/. 84.75	MENSUAL	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75
Gorro circular desechable	100	1	S/. 0.85	S/. 84.75	MENSUAL	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75
Mascarilla desechable	50	1	S/. 0.85	S/. 42.37	MENSUAL	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37
Mandil	50	10	S/. 8.47	S/. 423.73	TRIMESTRAL	S/. 423.73			S/. 423.73			S/. 423.73			S/. 423.73			S/. 423.73
Pantalon Drill	10	50	S/. 42.37	S/. 423.73	ANUAL	S/. 423.73												S/. 423.73
Camisa Drill	10	50	S/. 42.37	S/. 423.73	ANUAL	S/. 423.73												S/. 423.73
Botas de Seguridad	10	120	S/. 101.69	S/. 1,016.95	ANUAL	S/. 1,016.95												S/. 1,016.95
Toallas de papel	5	2	S/. 1.69	S/. 8.47	MENSUAL	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47	S/. 8.47
Rollo de papel higienico	48	0.8	S/. 0.68	S/. 32.54	MENSUAL	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54	S/. 32.54
Alcohol en gel 1Lts.	5	10	S/. 8.47	S/. 42.37	MENSUAL	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37
guantes gruesos para el calor	2	38	S/. 32.20	S/. 64.41	SEMESTRAL	S/. 64.41						S/. 64.41						S/. 64.41
Parihuela de plastico	3	4	S/. 3.39	S/. 10.17	ANUAL	S/. 10.17												S/. 10.17
cinta ribbon	1	50	S/. 42.37	S/. 42.37	MENSUAL	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37	S/. 42.37
Botiquin	1	150	S/. 127.12	S/. 127.12	TRIMESTRAL	S/. 127.12			S/. 127.12			S/. 127.12			S/. 127.12			S/. 127.12

Extintor	4	260	S/. 220.34	S/. 881.36	ANUAL	S/. 881.36												S/. 881.
					Total valor de venta	S/. 3,709	S/. 338	S/. 338	S/. 888	S/. 338	S/. 338	S/. 953	S/. 338	S/. 338	S/. 888	S/. 338	S/. 338	S/. 3,70
					Igv	S/. 667.59	S/. 60.77	S/. 60.77	S/. 159.93	S/. 60.77	S/. 60.77	S/. 171.52	S/. 60.77	S/. 60.77	S/. 159.93	S/. 60.77	S/. 60.77	S/. 667.
					Monto	S/. 4,376.40	S/. 398.40	S/. 398.40	S/. 1,048.40	S/. 398.40	S/. 398.40	S/. 1,124.40	S/. 398.40	S/. 398.40	S/. 1,048.40	S/. 398.40	S/. 398.40	S/. 4,37

6.3.9. Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.

Reposición de equipos de produccion	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Pistola de calor	S/. 593.22													S/. 0.00		S/. 593.22		
Total valor de venta reposicion equipos de produccion	S/. 593.22	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 593.22	S/. 0.00	S/. 0.00
Igv	S/. 106.78	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 106.78	S/. 0.00	S/. 0.00
Monto total	S/. 700.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 700.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Reposición de útiles de oficina	Frecuencia de compra	Dic-17	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Papel bond 75 GR.	trimestral	S/. 157			S/. 157	S/. -	S/. -	S/. 157	S/. -	S/. -	S/. 157	S/. -	S/. -	S/. 157	S/. 627	S/. 627	S/. 627	S/. 627	S/. 627
Papel cortante	semestral	S/. 41						S/. 41						S/. 41	S/. 81	S/. 81	S/. 81	S/. 81	S/. 81
lapiceros faber castel	trimestral	S/. 13			S/. 13			S/. 13			S/. 13			S/. 13	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50
lapiz	trimestral	S/. 10			S/. 10			S/. 10			S/. 10			S/. 10	S/. 38	S/. 38	S/. 38	S/. 38	S/. 38
cuadernos	trimestral	S/. 57			S/. 57			S/. 57			S/. 57			S/. 57	S/. 226	S/. 226	S/. 226	S/. 226	S/. 226
archivadores	trimestral	S/. 35			S/. 35			S/. 35			S/. 35			S/. 35	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141	S/. 141
corrector	trimestral	S/. 20			S/. 20			S/. 20			S/. 20			S/. 20	S/. 81	S/. 81	S/. 81	S/. 81	S/. 81
resaltador	trimestral	S/. 33			S/. 33			S/. 33			S/. 33			S/. 33	S/. 132	S/. 132	S/. 132	S/. 132	S/. 132
clic chico(caja de 100 unidades)	trimestral	S/. 8			S/. 8			S/. 8			S/. 8			S/. 8	S/. 31	S/. 31	S/. 31	S/. 31	S/. 31
engrapador 50 hojas	anual	S/. 69												S/. 69	S/. 69	S/. 69	S/. 69	S/. 69	S/. 69
perforador 20 hojas	anual	S/. 26												S/. 26	S/. 26	S/. 26	S/. 26	S/. 26	S/. 26
Borrador	anual	S/. 2												S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2	S/. 2
cuter (cuchilla corta papel)	trimestral	S/. 5			S/. 5			S/. 5			S/. 5			S/. 5	S/. 18	S/. 18	S/. 18	S/. 18	S/. 18

grapap 26/6	trimestral	S/. 10			S/. 10			S/. 10			S/. 10			S/. 10	S/. 38	S/. 38	S/. 38	S/. 38	S/. 38
Tijera	semestral	S/. 9						S/. 9						S/. 9	S/. 19	S/. 19	S/. 19	S/. 19	S/. 19
suministros de impresora multifuncional	trimestral	S/. 108			S/. 108	S/. -	S/. -	S/. 108	S/. -	S/. -	S/. 108	S/. -	S/. -	S/. 108	S/. 434	S/. 434	S/. 434	S/. 434	S/. 434
	Total valor venta reposición útiles de oficina	S/. 602	S/. -	S/. -	S/. 454	S/. -	S/. -	S/. 504	S/. -	S/. -	S/. 454	S/. -	S/. -	S/. 602	S/. 2,015	S/. 2,015	S/. 2,015	S/. 2,015	S/. 2,015
	Igv	S/. 108.41	S/. -	S/. -	S/. 81.76	S/. -	S/. -	S/. 90.79	S/. -	S/. -	S/. 81.76	S/. -	S/. -	S/. 108.41	S/. 362.72	S/. 362.72	S/. 362.72	S/. 362.72	S/. 362.72
	Monto	S/. 710.72	S/. -	S/. -	S/. 535.96	S/. -	S/. -	S/. 595.16	S/. -	S/. -	S/. 535.96	S/. -	S/. -	S/. 710.72	S/. 2,377.80	S/. 2,377.80	S/. 2,377.80	S/. 2,377.80	S/. 2,377.80

6.4. Localización

6.5. LOCALIZACIÓN

6.5.1.MICRO LOCALIZACIÓN

La localización de la planta de Soluciones Dermis SAC, zona aledaña a zonas industriales por el rubro de nuestra empresa.

Se tomará en cuenta los distritos que pertenezcan a zonas industriales, ya que nuestra segmentación geográfica está enfocada en la Zona Seis y Siete (zona no industrial), evaluaremos zonas industriales.

El local será alquilado para el proyecto, funcionará como planta, oficinas y almacén.

Se escogieron 3 distritos: Villa María del Triunfo, Villa El Salvador y Lurín.

Ilustración 21 Macro Localización: Villa María del Triunfo



Fuente: www.mientorno.com.pe

Ilustración 22 Macro localización Villa EL Salvador



Ilustración 23 Macrolocalización Lurín



Fuente: www.mientorno.com.pe

Ilustración 24 MICRO LOCALIZACIÓN Villa Maria.



6.5.2. Alquiler

El inmueble a alquilar por Soluciones Dermis SAC, será destinado para planta, oficina y almacén de, es el distrito de Villa María del Triunfo. Jr. Ferrocarril 1226 – Villa María del Triunfo - Lima.

Datos del inmueble:

Área total de 436 m², con 2 puertas y un portón de acceso a vehículos pesados, área de oficinas, comedor, 2 baños; construcción material noble y acabados en porcelanato.

Fuente: Urbania.com

Precio: \$1,500.00 Incluye IGV

6.6. Responsabilidad social frente al entorno

SOLUCIONES DERMIS S.A.C. tiene como principal objetivo frente a la responsabilidad social del entorno, la creación de valor integral tanto en los colaboradores internos,

proveedores y clientes; haciendo uso adecuado de los recursos de los que dispone, respetando en todo momento la normativa que corresponde, como parte de nuestro compromiso con la sociedad, buscando trabajar en un ambiente de respeto mutuo con nuestros clientes y proveedores. Entre los beneficios de ser una empresa socialmente responsable, se encuentran la rentabilidad económica al evitar multas y sanciones, una buena imagen corporativa, un mejor ambiente de trabajo y un mayor compromiso por parte de los trabajadores.

6.6.1. Impacto ambiental

En todas nuestras operaciones, tendremos el cuidado del medio ambiente como una prioridad de nuestro día a día, segregando los residuos del área de producción de los residuos de la oficina, permitiendo de esta manera un proceso de reciclaje, haciendo uso de insumos permitidos por la ley. Las leyes que contemplan nuestra propuesta son la Ley del Sistema Nacional de Gestión Ambiental SNGA (Ley 28245) y Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (Ley 27446).

La empresa es consciente del impacto que genera el consumo de agua, energía y papeles de nuestro proceso de producción, es por eso que nuestras herramientas y equipos están sujetas a un plan de mantenimiento que asegura su correcto tratamiento, reciclando los desechos sólidos y biodegradables en forma continua, respetando los parámetros de seguridad exigidos.

6.6.2. Con los trabajadores.

La empresa busca promover un ambiente de trabajo agradable y digno para nuestros colaboradores reconociéndolos como un pilar del buen funcionamiento de las operaciones, respetando los horarios de trabajo, el descanso semanal y los beneficios sociales que le correspondan. Asimismo, se requiere mantener las condiciones de seguridad e higiene en el trabajo para los colaboradores de cada área.

Para el área de producción nuestros operarios utilizarán equipos de protección personal (EPP) adecuado como: gorros, guantes, mandiles y mascarillas, con el fin de brindar el cuidado adecuado y la protección necesaria para lograr el cumplimiento de nuestro proceso.

6.6.3. Con la comunidad.

Queremos contribuir con la comunidad brindando una crema regeneradora facial de calidad, elaborado con productos naturales y orgánicos que cuiden la piel facial de manera saludable, realzando la belleza de las mujeres, nuestra empresa concentra sus actividades en una labor de impacto positivo en la comunidad y la sociedad. Creemos que, gracias a nuestra labor, las personas que consuman nuestros productos tendrán una mejor calidad de vida y gozaran de un mayor bienestar. De esta manera, la empresa contribuye con el desarrollo social del país, al influir con el bienestar de la salud que más adelante conformará la sociedad.

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio
Operaciones			76,694.92	13,805.08	90,500.00
Marmita 30 KG	1	38,136	38,136	6,864	45,000
Olla industrial	3	1,695	5,085	915	6,000
Cocina industrial acero inoxidable 3 hornillas	1	4,237	4,237	763	5,000
Dosificadora 1 piston	1	5,508	5,508	992	6,500
Refrigeradora Industrial	1	2,966	2,966	534	3,500
Lavadero Industrial con escurridor	1	1,441	1,441	259	1,700
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable (ver tamaño)	2	2,966	5,932	1,068	7,000
Coche de transporte	1	1,695	1,695	305	2,000
Termohigrometro (para medir indice de humedad) elcometer318	2	1,695	3,390	610	4,000
Viscosimetro	1	1,271	1,271	229	1,500
Aire acondicionado	1	2,966	2,966	534	3,500
Apilador hidráulico	1	4,068	4,068	732	4,800
Administración			14,491.53	2,608.47	17,100.00
Computadora	3	1,229	3,686	664	4,350
Laptop	3	1,483	4,449	801	5,250
aire acondicionado (2 almacen) T/Pared 24000BTU	2	2,542	5,085	915	6,000
Juego de muebles	1	1,271	1,271	229	1,500
Ventas			2,966.10	533.90	3,500.00
Laptop	2	1,483.05	2,966.10	533.90	3,500.00
TOTAL ACTIVO FIJO DEPRECIABLE			94,152.54	16,947.46	111,100.00

7.1.2. Inversión Activo Intangible

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
-------------	-------	---------------------------	-------------------	----------	-----------------------

Constitucion de la empresa			S/. 1,953	S/. 0	S/. 1,953
Búsqueda de nombre	1	S/. 5	S/. 5	S/. 0	S/. 5
Reserva de nombre	1	S/. 20	S/. 20	S/. 0	S/. 20
Elevar Minuta de constitución	1	S/. 850	S/. 850	S/. 0	S/. 850
Constitución de la empresa	1	S/. 400	S/. 400	S/. 0	S/. 400
Legalización de Libros Contables	1	S/. 254	S/. 254	S/. 0	S/. 254
Elaboración de Facturas y Guías	1	S/. 424	S/. 424	S/. 0	S/. 424
Marcas y patentes			S/. 744	S/. 0	S/. 744
Indecopi - Solicitud de Registro	1	S/. 563	S/. 562.95	S/. 0	S/. 563
Valoración Busqueda Fonética y Figurativa	1	S/. 31	S/. 31.00	S/. 0	S/. 31
Publicación en el Diario "EL PERUANO"	1	S/. 150	S/. 150.00	S/. 0	S/. 150
Licencias y autorizaciones			S/. 3,310	S/. 596	S/. 3,906
Licencia de Funcionamiento	1	S/. 95	S/. 95	S/. 17	S/. 112
Certificado de Defensa Civil	1	S/. 102	S/. 102	S/. 18	S/. 120
DIGESA - Registro Sanitario	1	S/. 405	S/. 405	S/. 73	S/. 478
DIGEMID - Registro Sanitario	1	S/. 1,398	S/. 1,398	S/. 252	S/. 1,650
Antivirus	1	S/. 600	S/. 600	S/. 108	S/. 708
Hostin de Dominio	1	S/. 360	S/. 360	S/. 65	S/. 425
Licencia de Office	1	S/. 350	S/. 350	S/. 63	S/. 413
TOTAL	0	S/. 0	S/. 6,007	S/. 596	S/. 6,603

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activo fijo no depreciable			15,542.37	2,797.63	18,340.00
Operaciones			8186	1474	9660
compresora	1	593	593	107	700
Andamios 4 niveles	3	1,102	3,305	595	3,900

Estufa eléctrica	1	85	85	15	100
Balanza gramera	2	254	508	92	600
Pistola de calor	2	297	593	107	700
Deshumecedor	3	678	2,034	366	2,400
Estante	1	381	381	69	450
silla giratoria	2	237	475	85	560
escritorio	1	212	212	38	250
Administración			6,525.42	1,174.58	7,700.00
Escritorios de madera carapacho	4	212	847	153	1,000
silla para escritorio con brazo	4	203	814	146	960
Mesa de reuniones	1	381	381	69	450
Estante archivador vertical de 4 gabetas	1	297	297	53	350
Sillas de madera	6	76	458	82	540
1 mesa de centro	1	339	339	61	400
Multifuncional (impresora/scanneer)	4	847	3,390	610	4,000
Ventas			831	149	980
Escritorios de madera carapacho	2	212	424	76	500
silla para escritorio con brazo	2	203	407	73	480
Utensilios, Enseres y Equipos			5,138.24	924.88	6,063.12
Paletas de acero inoxidable	3	5.93	17.80	3.20	21.00
bagetas (agitar, mezcla para la fragancia)	50	0.85	42.37	7.63	50.00
Juego Espatula de laboratorio	10	0.85	8.47	1.53	10.00
Vaso de Precipitado de 50 g.	10	10.17	101.69	18.31	120.00
Vaso de Precipitado de 100 g.	10	14.41	144.07	25.93	170.00
Vaso de Precipitado de 250 g.	10	16.95	169.49	30.51	200.00
Vaso de Precipitado de 1 kg.	10	25.42	254.24	45.76	300.00
pipetas (para extraer) 1 ml	5	2.54	12.71	2.29	15.00
pipetas (para extraer) 1 0 ml	5	2.54	12.71	2.29	15.00
Ficha de producción/control	5	12.71	63.56	11.44	75.00
Herramientas			827.12	148.88	976.00
Guantes de vinilo	100	0.847	84.75	15.25	100.00
Gorro circular desechable	100	0.847	84.75	15.25	100.00
Mascarilla desechable	50	0.847	42.37	7.63	50.00
Mandil	50	8.475	423.73	76.27	500.00
Pantalon Drill	10	42.373	423.73	76.27	500.00
Camisa Drill	10	42.373	423.73	76.27	500.00
Botas de Seguridad	10	101.695	1,016.95	183.05	1,200.00
Toallas de papel	5	1.695	8.47	1.53	10.00
Rollo de papel higienico	48	0.678	32.54	5.86	38.40
Alcohol en gel 1Lts.	5	8.475	42.37	7.63	50.00
guantes gruesos para el calor	2	32.203	64.41	11.59	76.00
Parihuela de plástico	3	3.390	10.17	1.83	12.00
cinta ribbon	1	42.373	42.37	7.63	50.00
Botiquin	1	127.119	127.12	22.88	150.00

Extintor	4	220.339	881.36	158.64	1,040.00
Utensilios y utiles de limpieza			3,708.81	667.59	4,376.40
Papel bond 75 GR.	10	15.68	156.78	28.22	185.00
Papel cortante	4	10.17	40.68	7.32	48.00
lapiceros faber castel	36	0.35	12.51	2.25	14.76
Lápiz	18	0.53	9.53	1.72	11.25
Cuadernos	24	2.36	56.54	10.18	66.72
Archivadores	12	2.93	35.16	6.33	41.48
Corrector	18	1.13	20.29	3.65	23.94
Resaltador	24	1.38	33.11	5.96	39.07
clic chico(caja de 100 unidades)	6	1.27	7.63	1.37	9.00
engrapador 50 hojas	4	17.37	69.49	12.51	82.00
perforador 20 hojas	4	6.55	26.20	4.72	30.92
Borrador	6	0.37	2.24	0.40	2.64
cuter (cuchilla corta papel)	6	0.77	4.62	0.83	5.45
grapas 26/6	6	1.59	9.56	1.72	11.28
Tijera	4	2.37	9.49	1.71	11.20
suministros de impresora multifuncional	1	108.47	108.47	19.53	128.00
Utiles de Administración			602.31	108.41	710.72
Acondicionamiento de Local			13,975.00	2,515.50	16,490.50
Pintura del Local + Mano de Obra producción	30	30.00	900.00	162.00	1,062.00
Pintura del Local + Mano de Obra administración	100	30.00	3,000.00	540.00	3,540.00
Mano de Obra produccion poner mayólica	30	10.00	300.00	54.00	354.00
Mayolica para el area de producción	30	15.00	450.00	81.00	531.00
Drywall (instalación, acabados y material mano de obra)	50	55.00	2,750.00	495.00	3,245.00
pozo a tierra	1	1,100.00	1,100.00	198.00	1,298.00
cableado de electrico e instalación	60	10.50	630.00	113.40	743.40
Instalacion sanitaria y gasfitería	15	25.00	375.00	67.50	442.50
Cámara de Seguridad a color, visión nocturna	3	220.00	660.00	118.80	778.80
Señalizacion de Seguridad General	20	5.00	100.00	18.00	118.00
Luces de emergencia 40 w	4	150.00	600.00	108.00	708.00
Extintor contra incendio PQS 4 kg	4	120.00	480.00	86.40	566.40
Botiquin Primeros Auxilios	2	120.00	240.00	43.20	283.20
camilla	1	150.00	150.00	27.00	177.00
Pulsador alarma-avisador sonoro	2	180.00	360.00	64.80	424.80
Central de alarma contra incendios	1	900.00	900.00	162.00	1,062.00
Detector de humo	6	30.00	180.00	32.40	212.40
Gastos imprevistos	1	800.00	800.00	144.00	944.00
Marketing de Lanzamiento(etapa preoperativa)			21,660.00	3,898.80	25,558.80
Banners	4	1,500.00	6,000.00	1,080.00	7,080.00
Merchandising (lapicero,bolsa,llaveros)	1	2,000.00	2,000.00	360.00	2,360.00
Evento de apertura y activación	1	8,000.00	8,000.00	1,440.00	9,440.00

Dípticos	2	250.00	500.00	90.00	590.00
Anfritiona	4	960.00	3,840.00	691.20	4,531.20
Stand para degustaciones	4	300.00	1,200.00	216.00	1,416.00
Pago publicidad de facebook	1	120.00	120.00	21.60	141.60
Remuneraciones diciembre			27,295.08	0.00	27,295.08
Pago Total planilla administrativa	1	15,201.25	15,201.25	0.00	15,201.25
Pago total planilla de ventas	1	4,133.00	4,133.00	0.00	4,133.00
Pago planilla MOD	1	2,286.67	2,286.67	0.00	2,286.67
Pago planilla MOI	1	5,674.17	5,674.17	0.00	5,674.17
Servicios básicos y diversos diciembre			8,679.49	563.31	9,242.80
Luz	1	1,271.19	1,271.19	228.81	1,500.00
Agua	1	127.12	127.12	22.88	150.00
Telefono+ internet	1	223.73	223.73	40.27	264.00
Servicio de reclutamiento	1	847.46	847.46	152.54	1,000.00
Seguro contra robo	1	660	660.00	118.80	778.80
Servicios tercerizados	1	5,550.00	5,550.00	0.00	5,550.00
Alquiler Adelantado (diciembre)	1	3,813.56	3,813.56	686.44	4,500.00
SUBTOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			96,103.74	11,386.56	107,490.30
Garantía de Alquiler	2	3,813.56	7,627.12	1,372.88	9,000.00
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			103,730.86	12,759.44	116,490.30

7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales

DESCRIPCION	cantidad					
Presentación de 50 ml a producir	82					
Materia prima	unidad	cantidad	Costo Kg/ ciento	Costo total	Igv	Monto
Agua Desionizada	kg	6.3699	S/. 1.39	S/. 8.82	S/. 1.59	S/. 10.41
Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	kg	0.5739	S/. 14.05	S/. 8.06	S/. 1.45	S/. 9.51
Almidon	kg	0.8198	S/. 12.29	S/. 10.07	S/. 1.81	S/. 11.89
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	kg	0.3279	S/. 487.29	S/. 159.79	S/. 28.76	S/. 188.55
Oxido de Zinc	kg	0.4099	S/. 165.25	S/. 67.74	S/. 12.19	S/. 79.93
Silicona CM5	kg	0.1640	S/. 13.85	S/. 2.27	S/. 0.41	S/. 2.68
Procare (preservante)	kg	0.0820	S/. 12.71	S/. 1.04	S/. 0.19	S/. 1.23

Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	kg	0.1640	S/. 57.63	S/. 9.45	S/. 1.70	S/. 11.15
Dioxido de Titanio	kg	0.0410	S/. 194.92	S/. 7.99	S/. 1.44	S/. 9.43
Oleo Resina de Copaiba	kg	0.1230	S/. 224.58	S/. 27.62	S/. 4.97	S/. 32.59
Aceite de Aguaje	kg	0.0820	S/. 224.58	S/. 18.41	S/. 3.31	S/. 21.72
Fragancia	kg	0.0246	S/. 193.92	S/. 4.77	S/. 0.86	S/. 5.63
kaolin	Lt	0.8198	S/. 211.86	S/. 173.69	S/. 31.26	S/. 204.95
Salidant	Lt	0.0123	S/. 237.29	S/. 2.92	S/. 0.53	S/. 3.44
Materiales	unidad	cantidad	Costo Kg/ ciento	Costo total	Igv	Monto
Envases	unidad	82	S/. 4.24	S/. 347.37	S/. 62.53	S/. 409.90
Cajas	unidad	82	S/. 1.53	S/. 125.05	S/. 22.51	S/. 147.56
Sellos Termoencogibles	unidad	82	S/. 0.10	S/. 8.34	S/. 1.50	S/. 9.84
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	unidad	82	S/. 0.15	S/. 12.51	S/. 2.25	S/. 14.76
etiquetas adhesivas (producto)	unidad	82	S/. 0.13	S/. 10.42	S/. 1.88	S/. 12.30
				S/. 1,006.34	S/. 181.14	S/. 1,187.48

DESCRIPCION	cantidad
Presentación de 200 ml a producir	38

Materia prima	unidad	cantidad	Costo Kg/ ciento	Costo total	Igv	Monto
Agua Desionizada	kg	11.7725	S/. 1.39	S/. 16.31	S/. 2.94	S/. 19.24
Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	kg	1.0606	S/. 14.05	S/. 14.90	S/. 2.68	S/. 17.58
Almidon	kg	1.5151	S/. 12.29	S/. 18.62	S/. 3.35	S/. 21.97
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	kg	0.6060	S/. 487.29	S/. 295.32	S/. 53.16	S/. 348.48
Oxido de Zinc	kg	0.7576	S/. 165.25	S/. 125.19	S/. 22.53	S/. 147.72
Silicona CM5	kg	0.3030	S/. 13.85	S/. 4.20	S/. 0.76	S/. 4.95
Procure (preservante)	kg	0.1515	S/. 12.71	S/. 1.93	S/. 0.35	S/. 2.27
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	kg	0.3030	S/. 57.63	S/. 17.46	S/. 3.14	S/. 20.61
Dioxido de Titanio	kg	0.0758	S/. 194.92	S/. 14.77	S/. 2.66	S/. 17.42
Oleo Resina de Copaiba	kg	0.2273	S/. 224.58	S/. 51.04	S/. 9.19	S/. 60.23

Aceite de Aguaje	kg	0.1515	S/. 224.58	S/. 34.03	S/. 6.12	S/. 40.15
Fragancia	kg	0.0455	S/. 193.92	S/. 8.81	S/. 1.59	S/. 10.40
kaolin	Lt	1.5151	S/. 211.86	S/. 321.00	S/. 57.78	S/. 378.78
Salidant	Lt	0.0227	S/. 237.29	S/. 5.39	S/. 0.97	S/. 6.36
Materiales	unidad	cantidad	Costo Kg/ ciento	Costo total	Igv	Monto
Envases	unidad	38	S/. 8.47	S/. 321.00	S/. 57.78	S/. 378.78
Cajas	unidad	38	S/. 1.69	S/. 64.20	S/. 11.56	S/. 75.76
Sellos Termoencogibles	unidad	120	S/. 0.10	S/. 12.19	S/. 2.19	S/. 14.38
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	unidad	120	S/. 0.15	S/. 18.28	S/. 3.29	S/. 21.57
etiquetas adhesivas (producto)	unidad	120	S/. 0.13	S/. 15.24	S/. 2.74	S/. 17.98
				S/. 1,359.87	S/. 244.78	S/. 1,604.65

Resumen de inventarios	valor	Igv	Monto
Presentacion de 50 ml a producir	S/. 1,006.34	S/. 181.14	S/. 1,187.48
Presentacion de 200 ml a producir	S/. 1,359.87	S/. 244.78	S/. 1,604.65
Total	S/. 2,366.21	S/. 425.92	S/. 2,792.12

7.1.5. Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado)

	4.815%	5.815%	6.815%	5.517%	6.517%	7.517%	8.375%	8.375%	8.375%	8.987%	8.987%	8.987%	8.31%	8.31%	8.31%	7.67%	7.67%	7.67%
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18
Saldo Inicial de Caja	0	(117,898)	(31,140)	6,498	(19,477)	14,630	10,995	(78,100)	41,868	34,022	(28,412)	40,498	18,225	9,732	69,003	57,773	14,093	48,302
Ventas mensuales	32,598	39,368	46,139	37,351	44,121	50,892	56,701	56,701	56,701	60,844	60,844	60,844	63,653	63,653	63,653	58,749	58,749	58,749
Ventas100% al credito	32,598	39,368	46,139	37,351	44,121	50,892	56,701	56,701	56,701	60,844	60,844	60,844	63,653	63,653	63,653	58,749	58,749	58,749
IGV Ventas	5,868	7,086	8,305	6,723	7,942	9,160	10,206	10,206	10,206	10,952	10,952	10,952	11,458	11,458	11,458	10,575	10,575	10,575
Total Ingresos en Efectivo	38,465	46,455	54,444	44,074	52,063	60,052	66,907	66,907	66,907	71,796	71,796	71,796	75,111	75,111	75,111	69,324	69,324	69,324
Cobranza a 90 días			38,465	46,455	54,444	44,074	52,063	60,052	66,907	66,907	66,907	71,796	71,796	75,111	75,111	75,111	69,324	69,324

Ventas mensuales	19,630	23,707	27,784	22,492	26,569	30,646	34,144	34,144	34,144	36,639	36,639	36,639	38,330	38,330	38,330	35,377	35,377	35,377
Ventas100% al credito	19,630	23,707	27,784	22,492	26,569	30,646	34,144	34,144	34,144	36,639	36,639	36,639	38,330	38,330	38,330	35,377	35,377	35,377
IGV Ventas	3,533	4,267	5,001	4,048	4,782	5,516	6,146	6,146	6,146	6,595	6,595	6,595	6,899	6,899	6,899	6,368	6,368	6,368
Total Ingresos en Efectivo	23,163	27,974	32,785	26,540	31,351	36,162	40,290	40,290	40,290	43,234	43,234	43,234	45,230	45,230	45,230	41,745	41,745	41,745
Cobranza a 60 dias		23,163	27,974	32,785	26,540	31,351	36,162	40,290	40,290	40,290	43,234	43,234	43,234	45,230	45,230	45,230	41,745	41,745

Ventas mensuales	10,913	13,180	15,446	12,504	14,771	17,038	18,983	18,983	18,983	20,370	20,370	20,370	21,310	21,310	21,310	19,668	19,668	19,668
Ventas100% al credito	10,913	13,180	15,446	12,504	14,771	17,038	18,983	18,983	18,983	20,370	20,370	20,370	21,310	21,310	21,310	19,668	19,668	19,668

IGV Ventas	1,964	2,372	2,780	2,251	2,659	3,067	3,417	3,417	3,417	3,667	3,667	3,667	3,836	3,836	3,836	3,540	3,540	3,540
Total Ingresos en Efectivo	12,878	15,552	18,227	14,755	17,430	20,104	22,399	22,399	22,399	24,036	24,036	24,036	25,146	25,146	25,146	23,208	23,208	23,208
Cobranza a 45días		12,878	15,552	18,227	14,755	17,430	20,104	22,399	22,399	22,399	24,036	24,036	24,036	25,146	25,146	25,146	23,208	23,208

Cobranza total	0	36,040	81,991	97,466	95,739	92,854	108,329	122,741	129,596	129,596	134,177	139,066	139,066	145,486	145,486	145,486	134,277	134,277
----------------	---	--------	--------	--------	--------	--------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Total Egresos en Efectivo	117,898	67,181	75,493	116,943	81,109	81,859	186,429	80,873	95,574	158,008	93,679	120,841	129,334	76,483	87,714	131,394	85,975	83,350
Materiales																		
Insumos (Incl. IGV)	30,756	17,548	20,541	16,322	19,649	22,642	47,033	25,065	25,065	26,985	26,896	26,896	24,861	24,861	24,861	22,946	22,946	22,946

Materiales (inc Igv)	38,265	0	0	42,160	0	0	54,176	0	0	58,103	0	0	38,265	0	0	42,160	0	0
Personal																		
Sueldo bruto personal administrativo	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500	13,500
sueldo bruto personal MOI	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Sueldo bruto personal ventas	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Sueldo bruto personal MOD	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Gratificación	0	0	0	0	0	0	12,050	0	0	0	0	12,050	0	0	0	0	0	0
Pago de CTS	0	0	0	0	6,527	0	0	0	0	0	6,527	0	0	0	0	0	6,527	0

Essalud	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169	2,169
Bono ley(9% de las gratificaciones)	0	0	0	0	0	0	1,085	0	0	0	0	1,085	0	0	0	0	0	0
Asignacion familiar	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765
SCTR(1% del sueldo básico)	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241	241
Comision variable 0.5% de las ventas	316	381	447	362	427	493	549	549	549	589	589	589	616	616	616	569	569	569
Servicios																		
Alquiler del local	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960	3,960
energía eléctrica(luz)	1,500	1,812	2,123	1,719	2,030	2,342	2,609	2,609	2,609	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800

agua	150	181	212	172	203	234	261	261	261	280	280	280	280	280	280	280	280	280
Telefono+internet	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264
Seguros(antirrobo, incendios ,etc												660	660	660	660	660	660	660
Suministros Diversos	398	398	1,588	398	398	2,605	398	398	1,588	398	398	5,955	398	398	1,588	398	398	2,605
Servicios tecerizados	4,550	4,550	5,550	4,550	4,550	5,550	4,550	4,550	5,550	4,550	4,550	5,550	4,550	4,550	5,550	4,550	4,550	5,550
Mantenimiento de maquinaria y equipos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1770	0	0	0	0	0	0
Promoción y Publicidad																		

Gastos de Prom. y Publicidad	0	0	2,525	7,056	2,525	2,525	7,056	2,525	2,525	7,056	2,525	2,525	0	0	2,651	7,409	2,651	2,651
Activ. de Responsabilidad Social																		
Presupuesto de responsabilidad social	600			1,500	2,350		1,350					2,000	600	0	0	1,500	2,350	0
Impuestos																		
Pago a Cuenta Imp. Renta	0	947	1,144	1,341	1,085	1,282	1,479	1,647	1,647	1,647	1,768	1,768	913	955	955	955	881	881
Pagos de IGV al Estado						2,823	12,470	1,905	14,417	14,236	5,983	15,551	14,027		6,390	5,804		3,045
Préstamo e Imprevistos																		

Cuotas del Préstamo activo fijo	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286	3,286
Cuotas del prestamo capital de trabajo	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578	6,578
Ingresos menos Egresos del mes	(117,898)	(31,140)	6,498	(19,477)	14,630	10,995	(78,100)	41,868	34,022	(28,412)	40,498	18,225	9,732	69,003	57,773	14,093	48,302	50,928
Saldo Acumulado	(117,898)	(149,038)	(142,540)	(162,017)	(147,387)	(136,391)	(214,491)	(172,623)	(138,601)	(167,013)	(126,515)	(108,290)	(98,557)	(29,554)	28,218	42,311	90,613	141,541
Máximo Déficit Mensual Acumul.	(214,491)																	
Caja Mínima Requerida 1 día de los egresos mas altos	(932)																	

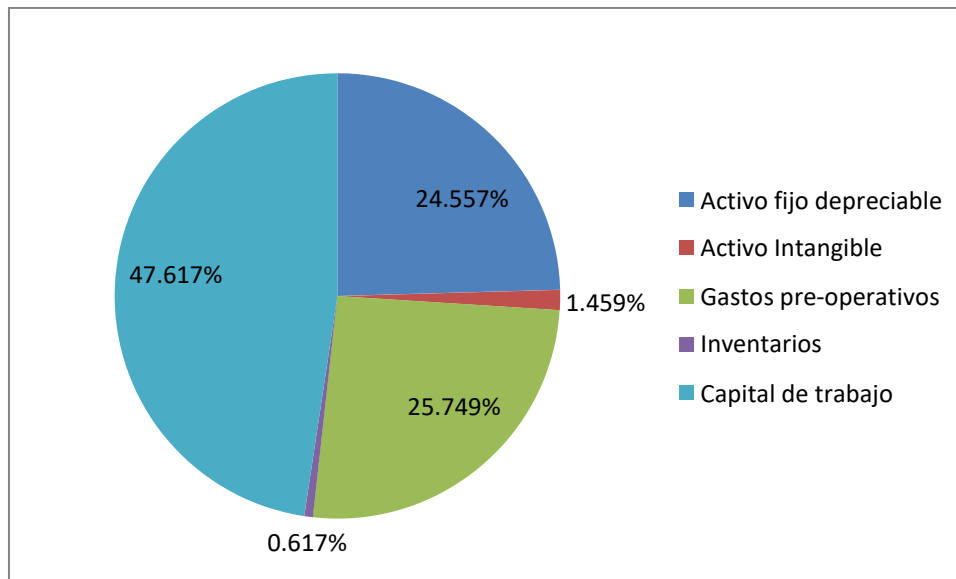
Inversión en Capital de Trabajo	(215,423)
---------------------------------	------------

7.1.6. Liquidación del IGV

	dic-17	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19
igv ventas		11,365	13,726	16,086	13,022	15,383	17,743	19,769	19,769	19,769	21,214	21,214	21,214	11,458	11,458	11,458	10,575	10,575
Igv egresos	30,729	11,577	3,686	4,761	11,220	4,787	5,274	17,864	5,352	5,533	15,231	5,663	7,186	10,997	5,068	5,654	12,566	5,539
igv compras m prima		10,529	2,677	3,133	8,921	2,997	3,454	15,439	3,823	3,823	12,980	4,103	4,103	9,629	3,792	3,792	9,931	3,500
Igv servicios		956.81	1009.08	1242.76	993.51	1045.78	1434.62	1142.91	1142.91	1324.32	1174.91	1174.91	2393.16	1275.58	1275.58	1456.99	1275.58	1275.58
Igv publicidad		-	-	385.20	1,076.40	385.20	385.20	1,076.40	385.20	385.20	1,076.40	385.20	385.20	-	-	404.46	1,130.22	404.46
Igv responsabilidad social		91.53	-	-	228.81	358.47	-	205.93	-	-	-	-	305.08	91.53	-	-	228.81	358.47
Igv inversiones	30,728.6																	
Igv neto	(30,729)	(212)	10,040	11,325	1,803	10,596	12,470	1,905	14,417	14,236	5,983	15,551	14,027	461	6,390	5,804	(1,991)	5,036
credito fiscal	(30,729)	(30,729)	(30,940)	(20,900)	(9,575)	(7,773)												(1,991)
neto a pagar		(30,940)	(20,900)	(9,575)	(7,773)	2,823	12,470	1,905	14,417	14,236	5,983	15,551	14,027	461	6,390	5,804	(1,991)	3,045

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones

	Valor	Igv	Monto total	%
Activo fijo depreciable	S/. 94,152.54	S/. 16,947.46	S/. 111,100.00	24.557%
Activo Intangible	S/. 6,007.04	S/. 595.82	S/. 6,602.86	1.459%
Gastos pre-operativos	S/. 103,730.86	S/. 12,759.44	S/. 116,490.30	25.749%
Inventarios	S/. 2,366.21	S/. 425.92	S/. 2,792.12	0.617%
Capital de trabajo	S/. 215,423.37	S/. 0.00	S/. 215,423.37	47.617%
	421,680.02	30,728.63	452,408.65	100.000%



7.2. Financiamiento

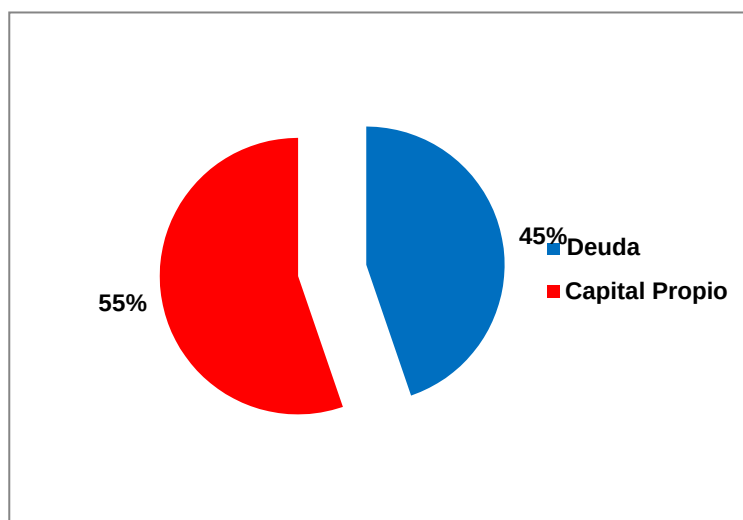
7.2.1. Estructura de Financiamiento

	Monto de inversion	Deuda	Patrimonio
Activo fijo depreciable	S/. 111,100.00	S/. 88,880.00	S/. 22,220.00
Activo Intangible	S/. 6,602.86		S/. 6,602.86
Gastos pre-operativos	S/. 116,490.30		S/. 116,490.30
Inventarios	S/. 2,792.12		S/. 2,792.12
Capital de trabajo	S/. 215,423.37	S/. 113,528.65	S/. 101,894.72
	S/. 452,408.65	S/. 202,408.65	250000
		44.740%	55.260%

Tipo	Monto	%
Deuda	202,409	45%
Capital Propio	250,000	55%

TOTAL	452,409	100%
--------------	----------------	-------------

APORTE DE CADA SOCIO (En Nuevos Soles)	
socio 1	50,000
socio 2	50,000
socio 3	50,000
socio 4	50,000
socio 5	50,000
TOTAL	250,000



7.2.2. Financiamiento del activo fijo

Préstamo activo fijo	88,880	
TCEA(MI BANCO)	36.67%	https://www.mibanco.com.pe/categoria/maquinas-y-equipos
TCEM	2.63751%	
Plazo	4	años

Plazo	48	meses
Cuota Mensual	3,286	

Cronograma de Pagos						
Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	88,880	2,344	942	3,286	692	87,938
2	87,938	2,319	967	3,286	684	86,971
3	86,971	2,294	992	3,286	677	85,979
4	85,979	2,268	1,018	3,286	669	84,961
5	84,961	2,241	1,045	3,286	661	83,916
6	83,916	2,213	1,073	3,286	653	82,843
7	82,843	2,185	1,101	3,286	645	81,742
8	81,742	2,156	1,130	3,286	636	80,612
9	80,612	2,126	1,160	3,286	627	79,452
10	79,452	2,096	1,191	3,286	618	78,261
11	78,261	2,064	1,222	3,286	609	77,039
12	77,039	2,032	1,254	3,286	599	75,785
13	75,785	1,999	1,287	3,286	590	74,498
14	74,498	1,965	1,321	3,286	580	73,177
15	73,177	1,930	1,356	3,286	569	71,821
16	71,821	1,894	1,392	3,286	559	70,429
17	70,429	1,858	1,429	3,286	548	69,000
18	69,000	1,820	1,466	3,286	537	67,534
19	67,534	1,781	1,505	3,286	525	66,029
20	66,029	1,742	1,545	3,286	514	64,485
21	64,485	1,701	1,585	3,286	502	62,900
22	62,900	1,659	1,627	3,286	489	61,273
23	61,273	1,616	1,670	3,286	477	59,603
24	59,603	1,572	1,714	3,286	464	57,888
25	57,888	1,527	1,759	3,286	450	56,129
26	56,129	1,480	1,806	3,286	437	54,324
27	54,324	1,433	1,853	3,286	423	52,470
28	52,470	1,384	1,902	3,286	408	50,568
29	50,568	1,334	1,952	3,286	393	48,616
30	48,616	1,282	2,004	3,286	378	46,612
31	46,612	1,229	2,057	3,286	363	44,555
32	44,555	1,175	2,111	3,286	347	42,444
33	42,444	1,119	2,167	3,286	330	40,278
34	40,278	1,062	2,224	3,286	313	38,054
35	38,054	1,004	2,282	3,286	296	35,772
36	35,772	943	2,343	3,286	278	33,429
37	33,429	882	2,404	3,286	260	31,025
38	31,025	818	2,468	3,286	241	28,557
39	28,557	753	2,533	3,286	222	26,024
40	26,024	686	2,600	3,286	202	23,424
41	23,424	618	2,668	3,286	182	20,756
42	20,756	547	2,739	3,286	161	18,017
43	18,017	475	2,811	3,286	140	15,207

44	15,207	401	2,885	3,286	118	12,322
45	12,322	325	2,961	3,286	96	9,360
46	9,360	247	3,039	3,286	73	6,321
47	6,321	167	3,119	3,286	49	3,202
48	3,202	84	3,202	3,286	25	0
Totales		68,852	55,451	118,299	18,540	

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Prestamo	88,880					
Amortizacion		(13,095)	(17,897)	(24,459)	(33,429)	
Interes		(26,338)	(21,536)	(14,973)	(6,004)	
escudo fiscal 29.5%		7,769.72	6,353.16	4,417.15	1,771.21	-
Flujo de la deuda neto	88,880	(31,663)	(33,080)	(35,016)	(37,662)	0

7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo

Préstamo capital de trabajo	113,529	
TCEA (MI BANCO)	39.70%	https://www.mibanco.com.pe/categoria/capital-de-trabajo
TCEM	2.82523%	
Plazo	2	
Plazo	24	
Cuota Mensual	6,578	

Cronograma de Pagos						
Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Escudo Fiscal	Saldo Final
1	113,529	3,207	3,371	6,578	946	110,158
2	110,158	3,112	3,466	6,578	918	106,692
3	106,692	3,014	3,564	6,578	889	103,129
4	103,129	2,914	3,664	6,578	860	99,464
5	99,464	2,810	3,768	6,578	829	95,696
6	95,696	2,704	3,874	6,578	798	91,822

7	91,822	2,594	3,984	6,578	765	87,838
8	87,838	2,482	4,096	6,578	732	83,742
9	83,742	2,366	4,212	6,578	698	79,530
10	79,530	2,247	4,331	6,578	663	75,199
11	75,199	2,125	4,453	6,578	627	70,745
12	70,745	1,999	4,579	6,578	590	66,166
13	66,166	1,869	4,709	6,578	551	61,457
14	61,457	1,736	4,842	6,578	512	56,616
15	56,616	1,600	4,978	6,578	472	51,637
16	51,637	1,459	5,119	6,578	430	46,518
17	46,518	1,314	5,264	6,578	388	41,254
18	41,254	1,166	5,412	6,578	344	35,842
19	35,842	1,013	5,565	6,578	299	30,276
20	30,276	855	5,723	6,578	252	24,554
21	24,554	694	5,884	6,578	205	18,669
22	18,669	527	6,051	6,578	156	12,619
23	12,619	357	6,221	6,578	105	6,397
24	6,397	181	6,397	6,578	53	0

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Prestamo	113,529					
Amortizacion		(47,363)	(66,166)			
Interes		(31,573)	(12,770)			
escudo fiscal 29.5%		9,314.09	3,767.21			-
Flujo de la deuda neto	113,529	(69,622)	(75,169)	0	0	0

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas

7.3.2. Recuperación de Capital de trabajo

	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas		1,378,460	1,751,442	1,958,396	2,168,597	2,382,101
Capital de trabajo necesario		215,423	273,712	306,055	338,905	372,271
Inversión capital de trabajo	(215,423)	(58,289)	(32,342)	(32,850)	(33,366)	

Ratio
=15.63%

Recuperación de capital de trabajo							372,271
------------------------------------	--	--	--	--	--	--	---------

7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo

7.3.4.

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida Útil (años)	Deprec. (5 años)	V.Libros (5º año)	V.Merc. (%)	V. Mercado (Soles)	Valor de Desecho
Operaciones			76,694.92	13,805.08	90,500.00		76,694.92	0.00		23,008.47	16,220.97
Marmita 30 KG	1	38,135.6	38,135.6	6,864.4	45,000.0	3	38,135.59	0.00	30%	11,440.68	8,065.68
Olla industrial	3	1,694.9	5,084.7	915.3	6,000.0	3	5,084.75	0.00	30%	1,525.42	1,075.42
Cocina industrial acero inoxidable 3 hornillas	1	4,237.3	4,237.3	762.7	5,000.0	3	4,237.29	0.00	30%	1,271.19	896.19
Dosificadora 1 piston	1	5,508.5	5,508.5	991.5	6,500.0	3	5,508.47	0.00	30%	1,652.54	1,165.04
Refrigeradora Industrial	1	2,966.1	2,966.1	533.9	3,500.0	3	2,966.10	0.00	30%	889.83	627.33
Lavadero Industrial con escurridor	1	1,440.7	1,440.7	259.3	1,700.0	3	1,440.68	0.00	30%	432.20	304.70
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable (ver tamaño)	2	2,966.1	5,932.2	1,067.8	7,000.0	3	5,932.20	0.00	30%	1,779.66	1,254.66
Coche de transporte	1	1,694.9	1,694.9	305.1	2,000.0	3	1,694.92	0.00	30%	508.47	358.47
Termohigrometro (para medir indice de humedad) elcometer318	2	1,694.9	3,389.8	610.2	4,000.0	3	3,389.83	0.00	30%	1,016.95	716.95
Viscosimetro	1	1,271.2	1,271.2	228.8	1,500.0	3	1,271.19	0.00	30%	381.36	268.86
Aire acondicionado	1	2,966.1	2,966.1	533.9	3,500.0	3	2,966.10	0.00	30%	889.83	627.33
Apilador hidraulico	1	4,067.8	4,067.8	732.2	4,800.0	3	4,067.80	0.00	30%	1,220.34	860.34
Administración			14,491.53	2,608.47	17,100.00		14,491.53	0.00		4,347.46	3,064.96
Computadora	3	1,228.8	3,686.4	663.6	4,350.0	3	3,686.44	0.00	30%	1,105.93	779.68
laptop	3	1,483.1	4,449.2	800.8	5,250.0	3	4,449.15	0.00	30%	1,334.75	941.00
aire acondicionado (2 almacen) T/Pared 24000BTU	2	2,542.4	5,084.7	915.3	6,000.0	3	5,084.75	0.00	30%	1,525.42	1,075.42
Juego de muebles	1	1,271.2	1,271.2	228.8	1,500.0	3	1,271.19	0.00	30%	381.36	268.86
Ventas			2,966.10	533.90	3,500.00		2,966.10	0.00		889.83	627.33
laptop	2	1,483.1	2,966.1	533.9	3,500.0	3	2,966.10	0.00	30%	889.83	627.33
TOTAL ACTIVO FIJO			94,152.54	16,947.46	111,100.00		94,152.54	0.00		28,245.76	19,913.26
									IGV	5,084.24	

$$\text{Valor de Desecho (VD)} = \text{VL} + [(\text{VM} - \text{VL}) \times (1 - \text{tIR})]$$

en donde:

VM = Valor de Mercado (estimado)

VL = Valor en Libros

tIR = Tasa de Impuesto a la Renta (29.5%)

Valor de Desecho con IGV	24,997.5 0
-----------------------------	---------------

7.4. Costos y Gastos anuales

7.4.1. Egresos Desembolsables

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos

Insumos	Costo por Kg o unidad en en soles	ene- 18	feb-18	mar- 18	abr-18	may- 18	jun-18	jul-18	ago- 18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Agua Desionizada	S/. 1.39	S/. 256	S/. 298	S/. 348	S/. 277	S/. 333	S/. 384	S/. 427	S/. 425	S/. 425	S/. 458	S/. 456	S/. 456	S/. 4,543	S/. 5,747	S/. 6,426	S/. 7,115	S/. 7,782
Galenol (Base atuemulsionante) base de crema	S/. 14.05	S/. 234	S/. 272	S/. 318	S/. 253	S/. 305	S/. 351	S/. 390	S/. 388	S/. 388	S/. 418	S/. 417	S/. 417	S/. 4,152	S/. 5,252	S/. 5,872	S/. 6,502	S/. 7,111
Almidon	S/. 12.29	S/. 293	S/. 340	S/. 398	S/. 316	S/. 380	S/. 438	S/. 488	S/. 485	S/. 485	S/. 522	S/. 521	S/. 521	S/. 5,187	S/. 6,562	S/. 7,337	S/. 8,124	S/. 8,885
Algisium C (activo - hidratante, regenerador, reductor grasa, cicatrizante, antiage)	S/. 487.29	S/. 4,640	S/. 5,389	S/. 6,308	S/. 5,013	S/. 6,034	S/. 6,954	S/. 7,736	S/. 7,698	S/. 7,698	S/. 8,287	S/. 8,260	S/. 8,260	S/. 82,277	S/. 104,083	S/. 116,376	S/. 128,862	S/. 140,927
Oxido de Zinc	S/. 165.25	S/. 1,967	S/. 2,285	S/. 2,674	S/. 2,125	S/. 2,558	S/. 2,948	S/. 3,279	S/. 3,263	S/. 3,263	S/. 3,513	S/. 3,502	S/. 3,502	S/. 34,878	S/. 44,122	S/. 49,333	S/. 54,626	S/. 59,741
Silicona CM5	S/. 13.85	S/. 66	S/. 77	S/. 90	S/. 71	S/. 86	S/. 99	S/. 110	S/. 109	S/. 109	S/. 118	S/. 117	S/. 117	S/. 1,169	S/. 1,479	S/. 1,654	S/. 1,832	S/. 2,003
Procare (preservante)	S/. 12.71	S/. 30	S/. 35	S/. 41	S/. 33	S/. 39	S/. 45	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 54	S/. 54	S/. 54	S/. 537	S/. 679	S/. 759	S/. 840	S/. 919
Manteca de Karite (suavidad, textura, brillo, hidratación al producto)	S/. 57.63	S/. 274	S/. 319	S/. 373	S/. 296	S/. 357	S/. 411	S/. 457	S/. 455	S/. 455	S/. 490	S/. 488	S/. 488	S/. 4,865	S/. 6,154	S/. 6,881	S/. 7,620	S/. 8,333
Dioxido de Titanio	S/. 194.92	S/. 1,717	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 2,397	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 4,114	S/. 5,204	S/. 5,819	S/. 6,443	S/. 7,046
Oleo Resina de Copaiba	S/. 224.58	S/. 5,935	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 8,285	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 14,220	S/. 17,988	S/. 20,113	S/. 22,271	S/. 24,356
Aceite de Aguaje	S/. 224.58	S/. 3,956	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 5,523	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 9,480	S/. 11,992	S/. 13,409	S/. 14,847	S/. 16,237
Fragancia	S/. 193.92	S/. 1,025	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1,431	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 2,456	S/. 3,107	S/. 3,474	S/. 3,846	S/. 4,206
Kaolin	S/. 211.86	S/. 5,044	S/. 5,858	S/. 6,857	S/. 5,449	S/. 6,559	S/. 7,558	S/. 8,409	S/. 8,367	S/. 8,367	S/. 9,008	S/. 8,978	S/. 8,978	S/. 89,431	S/. 113,133	S/. 126,496	S/. 140,067	S/. 153,181

Salidant	S/. 237.29	S/. 627	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 875	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1,502	S/. 1,901	S/. 2,125	S/. 2,353	S/. 2,573
Total sin IGV		S/. 26,064	S/. 14,871	S/. 17,407	S/. 13,832	S/. 16,652	S/. 19,188	S/. 39,858	S/. 21,241	S/. 21,241	S/. 22,869	S/. 22,793	S/. 22,793	S/. 258,811	S/. 327,403	S/. 366,073	S/. 405,349	S/. 443,301
IGV		S/. 4,692	S/. 2,677	S/. 3,133	S/. 2,490	S/. 2,997	S/. 3,454	S/. 7,175	S/. 3,823	S/. 3,823	S/. 4,116	S/. 4,103	S/. 4,103	S/. 46,586	S/. 58,933	S/. 65,893	S/. 72,963	S/. 79,794
Total con IGV		S/. 30,756	S/. 17,548	S/. 20,541	S/. 16,322	S/. 19,649	S/. 22,642	S/. 47,033	S/. 25,065	S/. 25,065	S/. 26,985	S/. 26,896	S/. 26,896	S/. 305,397	S/. 386,336	S/. 431,966	S/. 478,312	S/. 523,095

Materiales	Costo unidad en en soles	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Envases 50 ml	S/. 4.24	S/. 12,470	S/. 0	S/. 0	S/. 13,739	S/. 0	S/. 0	S/. 17,655	S/. 0	S/. 0	S/. 18,935	S/. 0	S/. 0	S/. 62,800	S/. 79,443	S/. 88,827	S/. 98,357	S/. 107,566

Cajas 50 ml	S/. 1.53	S/. 4,489	S/. 0	S/. 0	S/. 4,946	S/. 0	S/. 0	S/. 6,356	S/. 0	S/. 0	S/. 6,817	S/. 0	S/. 0	S/. 22,608	S/. 28,600	S/. 31,978	S/. 35,408	S/. 38,724
Envases 200 ml	S/. 8.47	S/. 11,523	S/. 0	S/. 0	S/. 12,696	S/. 0	S/. 0	S/. 16,315	S/. 0	S/. 0	S/. 17,497	S/. 0	S/. 0	S/. 58,032	S/. 73,412	S/. 82,082	S/. 90,889	S/. 99,399
Cajas 200 ml	S/. 1.69	S/. 2,305	S/. 0	S/. 0	S/. 2,539	S/. 0	S/. 0	S/. 3,263	S/. 0	S/. 0	S/. 3,499	S/. 0	S/. 0	S/. 11,606	S/. 14,682	S/. 16,416	S/. 18,178	S/. 19,880
Sellos Termoencogibles	S/. 0.10	S/. 438	S/. 0	S/. 0	S/. 482	S/. 0	S/. 0	S/. 620	S/. 0	S/. 0	S/. 664	S/. 0	S/. 0	S/. 2,204	S/. 2,788	S/. 3,117	S/. 3,451	S/. 3,774
etiquetas adhesivas 1"x2"(cajas)	S/. 0.15	S/. 656	S/. 0	S/. 0	S/. 723	S/. 0	S/. 0	S/. 929	S/. 0	S/. 0	S/. 997	S/. 0	S/. 0	S/. 3,305	S/. 4,181	S/. 4,675	S/. 5,177	S/. 5,662
etiquetas adhesivas (producto)	S/. 0.13	S/. 547	S/. 0	S/. 0	S/. 603	S/. 0	S/. 0	S/. 774	S/. 0	S/. 0	S/. 831	S/. 0	S/. 0	S/. 2,754	S/. 3,484	S/. 3,896	S/. 4,314	S/. 4,718
Total sin IGV		S/. 32,428	S/. 0	S/. 0	S/. 35,729	S/. 0	S/. 0	S/. 45,912	S/. 0	S/. 0	S/. 49,240	S/. 0	S/. 0	S/. 163,309	S/. 206,591	S/. 230,991	S/. 255,774	S/. 279,722
IGV		S/. 5,837	S/. 0	S/. 0	S/. 6,431	S/. 0	S/. 0	S/. 8,264	S/. 0	S/. 0	S/. 8,863	S/. 0	S/. 0	S/. 29,396	S/. 37,186	S/. 41,578	S/. 46,039	S/. 50,350
Total con IGV		S/. 38,265	S/. 0	S/. 0	S/. 42,160	S/. 0	S/. 0	S/. 54,176	S/. 0	S/. 0	S/. 58,103	S/. 0	S/. 0	S/. 192,704	S/. 243,777	S/. 272,569	S/. 301,813	S/. 330,071

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa

Area	Puestos	Cantidad de trabajadores año 1	Cantidad de trabajadores año 2	Cantidad de trabajadores año 3	Cantidad de trabajadores año 4	Cantidad de trabajadores año 5	Remuneración Mensual S/. 2018	Remuneración Mensual S/. 2019	Remuneración Mensual S/. 2020	Remuneración Mensual S/. 2021	Remuneración Mensual S/. 2022
------	---------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Operaciones y producción	Operarios	2	2	3	3	3	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
--------------------------	-----------	---	---	---	---	---	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Cuadro de provisiones	dic-17	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Operarios	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00
Total Sueldo Bruto	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00
Gratificación(1/12)	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 166.67	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Total Sueldo	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 2,166.67	S/. 26,000.00	S/. 26,000.00	S/. 39,000.00	S/. 39,000.00	S/. 39,000.00
CTS(1/24)	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 90.28	S/. 1,083.33	S/. 1,083.33	S/. 1,625.00	S/. 1,625.00	S/. 1,625.00
Essalud (9%)	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 2,160.00	S/. 2,160.00	S/. 3,240.00	S/. 3,240.00	S/. 3,240.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 270.00	S/. 270.00	S/. 270.00
Aisgnacion familiar	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 1,020.00	S/. 1,020.00	S/. 1,530.00	S/. 1,530.00	S/. 1,530.00
SCTR(1% del sueldo básico)	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 240.00	S/. 240.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00
Costo MOD	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 2,556.94	S/. 30,683.33	S/. 30,683.33	S/. 46,025.00	S/. 46,025.00	S/. 46,025.00

Cuadro de pagos	dic-17	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo Bruto	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00	S/. 36,000.00
Gratificación	S/. 166.67	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Pago de CTS	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 541.67	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 541.67	S/. 0.00	S/. 1,083.33	S/. 1,083.33	S/. 1,625.00	S/. 1,625.00	S/. 1,625.00
Essalud	S/. 0.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 2,160.00	S/. 2,160.00	S/. 3,240.00	S/. 3,240.00	S/. 3,240.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	S/. 15.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 90.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 90.00	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 270.00	S/. 270.00	S/. 270.00

Aisgnacion familiar	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 1,020.00	S/. 1,020.00	S/. 1,530.00	S/. 1,530.00	S/. 1,530.00
SCTR(1% del sueldo básico)	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 240.00	S/. 240.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00
Pago planilla MOD	S/. 2,286.67	S/. 2,285.00	S/. 2,285.00	S/. 2,285.00	S/. 2,285.00	S/. 2,826.67	S/. 2,285.00	S/. 3,375.00	S/. 2,285.00	S/. 2,285.00	S/. 2,285.00	S/. 2,285.00	S/. 2,826.67	S/. 3,375.00	S/. 30,683.33	S/. 30,683.33	S/. 46,025.00	S/. 46,025.00	S/. 46,025.00

7.4.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Mano de Obra Indirecta					
Jefe de Operaciones					
Técnico químico					
Básicos	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
Gratificación	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Sub Total	65,000.00	65,000.00	65,000.00	65,000.00	65,000.00
Pago de CTS	2,708.33	2,708.33	2,708.33	2,708.33	2,708.33
Essalud	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
Asignacion familiar	2,040.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00
SCTR(1% del sueldo básico)	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Total Gasto	76,198.33	76,198.33	76,198.33	76,198.33	76,198.33
Material de Limpieza, equipos y herramientas	10,937.97	10,937.97	11,531.19	10,937.97	10,937.97
Paletas de acero inoxidable	35.59	35.59	35.59	35.59	35.59
bagetas (agitar, mezcla para la fragancia)	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
Juego Espatula de laboratorio	33.90	33.90	33.90	33.90	33.90
Vaso de Precipitado de 50 g.	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39
Vaso de Precipitado de 100 g.	288.14	288.14	288.14	288.14	288.14
Vaso de Precipitado de 250 g.	338.98	338.98	338.98	338.98	338.98
Vaso de Precipitado de 1 kg.	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
pipetas (para extraer) 1 ml	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42
pipetas (para extraer) 1 0 ml	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42
Ficha de producción/control	254.24	254.24	254.24	254.24	254.24
Total herramientas	1,798.31	1,798.31	1,798.31	1,798.31	1,798.31
Guantes de vinilo	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95
Gorro circular desechable	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95
Mascarilla desechable	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Mandil	1,694.92	1,694.92	1,694.92	1,694.92	1,694.92
Pantalon Drill	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73
Camisa Drill	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73
Botas de Seguridad	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95	1,016.95
Toallas de papel	101.69	101.69	101.69	101.69	101.69
Rollo de papel higienico	390.51	390.51	390.51	390.51	390.51
Alcohol en gel 1Lts.	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
guantes gruesos para el calor	128.81	128.81	128.81	128.81	128.81
Parihuella de plástico	10.17	10.17	10.17	10.17	10.17
cinta ribbon	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Botiquin	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
Extintor	881.36	881.36	881.36	881.36	881.36
Total Utensilios y utiles de limpieza	9,140	9,140	9,140	9,140	9,140
Pistola de calor			593.2		
Total reposicion equipos de producción	0.00	0.00	593.22	0.00	0.00
IGV Material de Limpieza, equipos herramientas	1,968.83	1,968.83	2,075.61	1,968.83	1,968.83
Servicios	70,088.75	74,888.27	77,594.04	80,342.27	82,997.82
Energía Eléctrica 70%	16,463.11	20,826.32	23,286.11	25,784.50	28,198.64
Agua 70%	1,646.31	2,082.63	2,328.61	2,578.45	2,819.86
Teléfono e Internet 70%	1,879.32	1,879.32	1,879.32	1,879.32	1,879.32

SOPORTE TECNICO	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00
SERVICIO DE VIGILANCIA	21600	21600	21600	21600	21600
SERVICIO DE LIMPIEZA	10200	10200	10200	10200	10200
Mantenimiento de maquinarias y equipos de producción	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
I.G.V. Serv.	9,591.97	10,455.89	10,942.93	11,437.61	11,915.61
Alquiler de Local 70%	28,189.83	28,189.83	28,189.83	28,189.83	28,189.83
Igv alquiler	5,074.17	5,074.17	5,074.17	5,074.17	5,074.17

Total Gasto sin IGV	185,414.88	190,214.40	193,513.39	195,668.40	198,323.95
Total Gasto con IGV	202,049.86	207,713.30	211,606.10	214,149.01	217,282.56
Igv de CIF	16,634.98	17,498.89	18,092.71	18,480.61	18,958.61

7.4.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración

Concepto		2018	2019	2020	2021	2022
Gerente General						
Asistente de Gerencia						
Jefe de Comercializacion y Logistica						
Asistente de logistica y distribucion						
Básicos		162,000.00	162,000.00	162,000.00	162,000.00	162,000.00
Gratificación		13,500.00	13,500.00	13,500.00	13,500.00	13,500.00
Sub Total		175,500.00	175,500.00	175,500.00	175,500.00	175,500.00
Pago de CTS		7,312.50	7,312.50	7,312.50	7,312.50	7,312.50
Essalud		14,580.00	14,580.00	14,580.00	14,580.00	14,580.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		1,215.00	1,215.00	1,215.00	1,215.00	1,215.00
Asignacion familiar		4,080.00	4,080.00	4,080.00	4,080.00	4,080.00
SCTR 1% sueldo básico		1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
Total Gasto		204,307.50	204,307.50	204,307.50	204,307.50	204,307.50
Servicios		15,711.07	17,082.36	17,855.44	18,640.65	19,399.38
Energía Eléctrica	20%	4,703.75	5,950.38	6,653.17	7,367.00	8,056.75
Agua	20%	470.37	595.04	665.32	736.70	805.68
Teléfono e Internet	20%	536.95	536.95	536.95	536.95	536.95
CONTADOR		6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
ABOGADO		4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
IGV Servicios		1,027.99	1,274.83	1,413.98	1,555.32	1,691.89
Alquiler de Local	20%	8,054.24	8,054.24	8,054.24	8,054.24	8,054.24
Igv local		1,449.76	1,449.76	1,449.76	1,449.76	1,449.76
Utiles de Oficina		2,015.08	2,015.08	2,015.08	2,015.08	2,015.08
Papel bond 75 GR.		627.12	627.12	627.12	627.12	627.12
Papel cortante		81.36	81.36	81.36	81.36	81.36
lapiceros faber castel		50.03	50.03	50.03	50.03	50.03
lapiz		38.14	38.14	38.14	38.14	38.14
cuadernos		226.17	226.17	226.17	226.17	226.17
archivadores		140.62	140.62	140.62	140.62	140.62
corrector		81.15	81.15	81.15	81.15	81.15

resaltador		132.45	132.45	132.45	132.45	132.45
clic chico(caja de 100 unidades)		30.51	30.51	30.51	30.51	30.51
engrapador 50 hojas		69.49	69.49	69.49	69.49	69.49
perforador 20 hojas		26.20	26.20	26.20	26.20	26.20
Borrador		2.24	2.24	2.24	2.24	2.24
cuter (cuchilla corta papel)		18.49	18.49	18.49	18.49	18.49
grapap 26/6		38.24	38.24	38.24	38.24	38.24
Tijera		18.98	18.98	18.98	18.98	18.98
suministros de impresora multifuncional		433.90	433.90	433.90	433.90	433.90
IGV Utiles de Oficina		362.72	362.72	362.72	362.72	362.72
Actividades Respons. Social		6,610.17	6,610.17	6,610.17	6,610.17	6,610.17
Actividades sociales y eventos de beneficencia		6,610.17	6,610.17	6,610.17	6,610.17	6,610.17
I.G.V. Activ. Respons. Social		1,189.83	1,189.83	1,189.83	1,189.83	1,189.83
Total Gasto sin IGV		236,698.06	238,069.36	238,842.43	239,627.64	240,386.37
Total Gasto con IGV		240,728.36	242,346.49	243,258.72	244,185.27	245,080.57
IGV Gastos administrativos		4,030.30	4,277.13	4,416.29	4,557.63	4,694.20

7.4.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas

Concepto		2018	2019	2020	2021	2022
Vendedores						
Básicos		43,200.00	43,200.00	64,800.00	64,800.00	64,800.00
Gratificación		3,600.00	3,600.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00
Sub Total		46,800.00	46,800.00	70,200.00	70,200.00	70,200.00
Pago de CTS		1,950.00	1,950.00	2,925.00	2,925.00	2,925.00
Essalud		3,888.00	3,888.00	5,832.00	5,832.00	5,832.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)		324.00	324.00	486.00	486.00	486.00
Asignacion familiar		2,040.00	2,040.00	3,060.00	3,060.00	3,060.00
SCTR (1% del sueldo básico)		432.00	432.00	648.00	648.00	648.00
Comision variable 0.5 % de las ventas		5,840.93	7,421.37	8,298.29	9,188.97	10,093.65
Total gasto de planillas ventas		61,274.93	62,855.37	91,449.29	92,339.97	93,244.65
Serv.		2,855.54	3,541.18	3,927.72	4,320.32	4,699.69
Energía Eléctrica	10%	2,351.87	2,975.19	3,326.59	3,683.50	4,028.38
Agua	10%	235.19	297.52	332.66	368.35	402.84
Teléfono e Internet	10%	268.47	268.47	268.47	268.47	268.47
IGV Serv.		514.00	637.41	706.99	777.66	845.94
Alquiler de Local	10%	4,027.12	4,027.12	4,027.12	4,027.12	4,027.12
Igv alquiler		724.88	724.88	724.88	724.88	724.88
Publicidad y Marketing		46,488.28	48,743.78	50,565.66	46,937.64	47,569.31
Sampling		4,078.28	5,181.78	5,794.06	6,415.96	7,047.63
Banners		23,040.00	24,192.00	25,401.60	26,671.68	26,671.68
Pago publicidad de facebook		1,440.00	1,440.00	1,440.00	1,300.00	1,300.00
Hosting		150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
Diseñador Gráfico		600.00	600.00	600.00	500.00	500.00
Adds Words		320.00	320.00	320.00	200.00	200.00

Dípticos		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Anfritiona		15,360.00	15,360.00	15,360.00	10,000.00	10,000.00
Stand para degustaciones		1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,400.00	1,400.00
IGV Publicidad y Marketing		7,633.80	7,841.16	8,058.89	7,293.90	7,293.90
Total Gasto sin IGV		114,645.86	119,167.44	149,969.79	147,625.06	149,540.76
Igv gastos de ventas		8,872.68	9,203.45	9,490.76	8,796.44	8,864.73
Pago area de ventas sin sampling		119,440.26	123,189.12	153,666.49	150,005.54	151,357.86

7.4.2. Egresos no Desembolsables

7.4.2.1. Depreciación

Concepto	Cantidad	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación según sunat	2018	2019	2020	2021	2022
Operaciones			S/. 76,694.92		25,564.97	25,564.97	25,564.97		
Marmita 30 KG	1	S/. 38,135.59	S/. 38,135.59	33%	S/. 12,711.86	S/. 12,711.86	S/. 12,711.86		
Olla industrial	3	S/. 1,694.92	S/. 5,084.75	33%	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92		
Cocina industrial acero inoxidable 3 hornillas	1	S/. 4,237.29	S/. 4,237.29	33%	S/. 1,412.43	S/. 1,412.43	S/. 1,412.43		
Dosificadora 1 piston	1	S/. 5,508.47	S/. 5,508.47	33%	S/. 1,836.16	S/. 1,836.16	S/. 1,836.16		
Refrigeradora Industrial	1	S/. 2,966.10	S/. 2,966.10	33%	S/. 988.70	S/. 988.70	S/. 988.70		
Lavadero Industrial con escurridor	1	S/. 1,440.68	S/. 1,440.68	33%	S/. 480.23	S/. 480.23	S/. 480.23		
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable (ver tamaño)	2	S/. 2,966.10	S/. 5,932.20	33%	S/. 1,977.40	S/. 1,977.40	S/. 1,977.40		
Coche de transporte	1	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	33%	S/. 564.97	S/. 564.97	S/. 564.97		
Termohigrometro (para medir indice de humedad) elcometer318	2	S/. 1,694.92	S/. 3,389.83	33%	S/. 1,129.94	S/. 1,129.94	S/. 1,129.94		
Viscosimetro	1	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	33%	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73		
Aire acondicionado	1	S/. 2,966.10	S/. 2,966.10	33%	S/. 988.70	S/. 988.70	S/. 988.70		
Apilador hidraulico	1	S/. 4,067.80	S/. 4,067.80	33%	S/. 1,355.93	S/. 1,355.93	S/. 1,355.93		
Administración			S/. 14,491.53		S/. 4,830.51	S/. 4,830.51	S/. 4,830.51	S/. 0.00	S/. 0.00
Computadora	3	S/. 1,228.81	S/. 3,686.44	33%	S/. 1,228.81	S/. 1,228.81	S/. 1,228.81		
laptop	3	S/. 1,483.05	S/. 4,449.15	33%	S/. 1,483.05	S/. 1,483.05	S/. 1,483.05		

aire acondicionado (2 almacen) T/Pared 24000BTU	2	S/. 2,542.37	S/. 5,084.75	33%	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92	S/. 1,694.92		
Juego de muebles	1	S/. 1,271.19	S/. 1,271.19	33%	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 423.73		
Ventas			S/. 2,966.10		S/. 988.70	S/. 988.70	S/. 988.70	S/. 0.00	S/. 0.00
laptop	2	S/. 1,483.05	S/. 2,966.10	33%	S/. 988.70	S/. 988.70	S/. 988.70		
Total Depreciación			S/. 94,152.54		31,384.18	31,384.18	31,384.18	0.00	0.00

Resumen de depreciación	2018	2019	2020	2021	2022
Operaciones	S/. 25,564.97	S/. 25,564.97	S/. 25,564.97	S/. 0.00	S/. 0.00
Administración	S/. 4,830.51	S/. 4,830.51	S/. 4,830.51	S/. 0.00	S/. 0.00
Ventas	S/. 988.70	S/. 988.70	S/. 988.70	S/. 0.00	S/. 0.00
Total depreciación	31,384.18	31,384.18	31,384.18	0.00	0.00

7.4.2.2. Amortización de Intangibles

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitucion de la empresa	0	0	S/. 1,953	S/. 0	S/. 1,953
Búsqueda de nombre	1	S/. 5	S/. 5	S/. 0	S/. 5
Reserva de nombre	1	S/. 20	S/. 20	S/. 0	S/. 20
Elevar Minuta de constitución	1	S/. 850	S/. 850	S/. 0	S/. 850
Constitución de la empresa	1	S/. 400	S/. 400	S/. 0	S/. 400
Legalización de Libros Contables	1	S/. 254	S/. 254	S/. 0	S/. 254
Elaboración de Facturas y Guías	1	S/. 424	S/. 424	S/. 0	S/. 424
Marcas y patentes			S/. 744	S/. 0	S/. 744
Indecopi - Solicitud de Registro	1	S/. 563	S/. 562.95	S/. 0	S/. 563
Valoración Busqueda Fonética y Figurativa	1	S/. 31	S/. 31.00	S/. 0	S/. 31
Publicación en el Diario "EL PERUANO"	1	S/. 150	S/. 150.00	S/. 0	S/. 150
Licencias y autorizaciones			S/. 3,310	S/. 596	S/. 3,906
Licencia de Funcionamiento	1	S/. 95	S/. 95	S/. 17	S/. 112
Certificado de Defensa Civil	1	S/. 102	S/. 102	S/. 18	S/. 120
DIGESA - Registro Sanitario	1	S/. 405	S/. 405	S/. 73	S/. 478
DIGEMID - Registro Sanitario	1	S/. 1,398	S/. 1,398	S/. 252	S/. 1,650
Antivirus	1	S/. 600	S/. 600	S/. 108	S/. 708
Hostin de Dominio	1	S/. 360	S/. 360	S/. 65	S/. 425
Licencia de Office	1	S/. 350	S/. 350	S/. 63	S/. 413

TOTAL			S/. 6,007	S/. 596	S/. 6,603
-------	--	--	-----------	---------	-----------

	2018	2019	2020	2021	2022
Amortización de Intangibles	6,007.04				
amortizacion administrativa 100%	6,007.04				

Resumen de amortización total	2018	2019	2020	2021	2022
Operacións y produccion	48,336.82				
Administrativa	22,119.31				
ventas	16,112.27				
Total amortización	86,568.41	-	-	-	-

Gastos pre.operativos amortizables

	Valor	I.G.V.	Importe
Utensilios, Enseres y Equipos	5,138.24	924.88	6,063.12
Acondicionamiento de Local	13,975.00	2,515.50	16,490.50
Marketing de Lanzamiento	21,660.00	3,898.80	25,558.80
Remuneraciones diciembre	27,295.08	0.00	27,295.08
Servicios diciembre	8,679.49	563.31	9,242.80
Alquiler Adelantado (diciembre)	3,813.56	686.44	4,500.00
Total gasto pre-operativo amortizables	80,561.37	8,588.93	89,150.30

	2018	2019	2020	2021	2022
Amortización de Gasto pre-operativos	80,561.37				
Amortizacion administracion 20%	16,112.27				
amortizacion operación y produccion 70%	48,336.82				
amortizacion ventas 10%	16,112.27				

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activo fijo no depreciable			15,542.37	2,797.63	18,340.00
Operaciones			8186	1474	9660
compresora	1	593	593	107	700.000
Andamios 4 niveles	3	1102	3305	595	3900.000
Estufa eléctrica	1	85	85	15	100
Balanza gramera	2	254	508	92	600

Pistola de calor	2	297	593	107	700
Deshumecedor	3	678	2034	366	2400
Estante	1	381	381	69	450
silla giratoria	2	237	475	85	560
Escritorio	1	212	212	38	250
Administración			6525	1175	7700
Escritorios de madera carapacho	4	212	847	153	1000
silla para escritorio con brazo	4	203	814	146	960
Mesa de reuniones	1	381	381	69	450
Estante archivador vertical de 4 gabetas	1	297	297	53	350
Sillas de madera	6	76	458	82	540
1 mesa de centro	1	339	339	61	400
Multifuncional (impresora/scanneer)	4	847	3390	610	4000
Ventas			831	149	980
Escritorios de madera carapacho	2	212	424	76	500
silla para escritorio con brazo	2	203	407	73	480

	2018	2019	2020	2021	2022
Operaciones	8,186.44				
Administración	6,525.42				
Ventas	830.51				
Total gasto por activos fijos no depreciables	15,542.37				

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Venta en Unidades	20,935	26,598	29,741	32,933	36,176
Materia Prima	422,119.88	533,993.93	597,063.77	661,123.32	723,022.67
Mano de Obra Directa	30,683.33	30,683.33	46,025.00	46,025.00	46,025.00
Costos Indirectos	185,414.88	190,214.40	193,513.39	195,668.40	198,323.95
Total Costo de Producción	638,218.09	754,891.66	836,602.16	902,816.73	967,371.62
Costo Unitario de Producción	30.49	28.38	28.13	27.41	26.74
Gastos Administrativos	236,698.06	238,069.36	238,842.43	239,627.64	240,386.37
Gastos de Venta	114,645.86	119,167.44	149,969.79	147,625.06	149,540.76
Depreciación Activo Fijo	31,384.18	31,384.18	31,384.18	0.00	0.00
Amortización de Intangibles	6,007.04	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortiz. Gasto Pre Operativo	80,561.37	0.00	0.00	0.00	0.00
Gasto por activo fijo no depreciable	15,542.37	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo Total	1,123,056.98	1,143,512.64	1,256,798.57	1,290,069.42	1,357,298.75
Costo Unitario Total	53.65	42.99	42.26	39.17	37.52

Margen del proyecto	2018	2019	2020	2021	2022
---------------------	------	------	------	------	------

Valor de venta total	S/. 1,168,186	S/. 1,484,273	S/. 1,659,658	S/. 1,837,794	S/. 2,018,729
Venta en Unidades	20935	26598	29741	32933	36176
Valor venta promedio	S/. 55.80	S/. 55.80	S/. 55.80	S/. 55.80	S/. 55.80
Costo unitario	53.65	42.99	42.26	39.17	37.52
Margen del producto	S/. 2.16	S/. 12.81	S/. 13.55	S/. 16.63	S/. 18.28
Margen en % con respecto al valor de venta	3.86%	22.96%	24.27%	29.80%	32.76%

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios

Capítulo VIII: Estados Financieros Proyectados

8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

Rubro	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	1,168,186	1,484,273	1,659,658	1,837,794	2,018,729
(-) Costo de Ventas	638,218	754,892	836,602	902,817	967,372
(-) Materia Prima	422,120	533,994	597,064	661,123	723,023
(-) Mano de Obra	30,683	30,683	46,025	46,025	46,025
(-) Costos Indirectos	185,415	190,214	193,513	195,668	198,324
Utilidad Bruta	529,968	729,382	823,056	934,978	1,051,358
(-) Gastos Operativos	484,839	388,621	420,196	387,253	389,927
(-)Gastos Administrativos	236,698	238,069	238,842	239,628	240,386
(-)Gastos de Venta	114,646	119,167	149,970	147,625	149,541
(-)Depreciación Activo Fijo	31,384	31,384	31,384	0	0
(-)Amortización de Intangibles	6,007	0	0	0	0
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	80,561	0	0	0	0
(-) Gasto por activo fijo no depreciable	15,542	0	0	0	0
EBIT o Resultado Operativo	45,129	340,761	402,859	547,725	661,431
(+) Ingresos Financieros					
(-) Gastos Financieros					
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)					28,245.76
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)					0.00
Resultado antes de I. Renta	45,129	340,761	402,859	547,725	689,676
(-) Impuesto a la Renta 29.5%		105,037	118,844	161,579	203,455
Resultado Neto	45,129	235,723	284,016	386,146	486,222

8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal

Rubro	2018	2019	2020	2021	2022
-------	------	------	------	------	------

Ventas	1,168,186	1,484,273	1,659,658	1,837,794	2,018,729
(-) Costo de Ventas	638,218	754,892	836,602	902,817	967,372
(-) Materia Prima	422,120	533,994	597,064	661,123	723,023
(-) Mano de Obra	30,683	30,683	46,025	46,025	46,025
(-) Costos Indirectos	185,415	190,214	193,513	195,668	198,324
Utilidad Bruta	529,968	729,382	823,056	934,978	1,051,358
(-) Gastos Operativos	484,839	388,621	420,196	387,253	389,927
(-) Administrativos	236,698	238,069	238,842	239,628	240,386
(-) De Ventas	114,646	119,167	149,970	147,625	149,541
(-) Depreciación	31,384	31,384	31,384	0	0
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	6,007	0	0	0	0
(-) Amortización de Intangibles	80,561	0	0	0	0
(-) Activos fijos no depreciables	15,542	0	0	0	0
EBIT o Resultado Operativo	45,129	340,761	402,859	547,725	661,431
(+) Ingresos Financieros					
(-) Gastos Financieros	57,911	34,306	14,973	6,004	
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)					28,246
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)					0
Resultado antes de I. Renta	(12,782)	306,454	387,886	541,721	689,676
(-) Impuesto a la Renta 29.5%		89,126	114,426	159,808	203,455
Resultado Neto	(12,782)	217,328	273,460	381,913	486,222
Escudo Fiscal	0	15,911	4,417	1,771	0

8.4. Flujo de Caja Operativo

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por Ventas		1,378,460	1,751,442	1,958,396	2,168,597	2,382,101
(-) Costos operativos		1,165,029	1,479,153	1,637,202	1,776,035	1,922,161
(-) Materia Prima		498,101	630,113	704,535	780,126	853,167
(-) Mano de Obra Directa		30,683	30,683	46,025	46,025	46,025
(-) Costos Indirectos		202,050	207,713	211,606	214,149	217,283
(-) Gastos Administrativos		240,728	242,346	243,259	244,185	245,081
(-) Gastos de Venta		119,440	123,189	153,666	150,006	151,358
(-) Impuesto a la Renta		0	105,037	118,844	161,579	203,455
(-) Pago de IGV		74,025	140,071	159,267	179,966	205,794
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		213,431	272,289	321,194	392,562	459,939

8.5. Flujo de Capital

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Activo fijo depreciable	(111,100)					
Activo Intangible	(6,603)					
Gastos pre-operativos	(116,490)					
Inventarios	(2,792)					
Capital de trabajo	(215,423)	(58,289)	(32,342)	(32,850)	(33,366)	372,271
Recuperación de garantía						9,000
Valor salvamento activo fijo + Igv						33,330
FLUJO DE CAPITAL	(452,409)	(58,289)	(32,342)	(32,850)	(33,366)	414,601

8.6. Flujo de Caja Económico

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
FLUJO DE CAPITAL	(452,409)	(58,289)	(32,342)	(32,850)	(33,366)	414,601
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	0	213,431	272,289	321,194	392,562	459,939
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(452,409)	155,142	239,947	288,344	359,196	874,540

8.7. Flujo del Servicio de la deuda

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Préstamo	202,409					
Cuotas de reembolso del préstamo		(118,369)	(118,369)	(39,433)	(39,433)	
Escudo Fiscal		0	15,911	4,417	1,771	
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	202,409	(118,369)	(102,457)	(35,016)	(37,662)	0

8.8. Flujo de Caja Financiero

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	202,409	(118,369)	(102,457)	(35,016)	(37,662)	0
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(452,409)	155,142	239,947	288,344	359,196	874,540
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(250,000)	36,773	137,489	253,329	321,535	874,540

Capítulo IX : Evaluación Económico Financiera

9.1. Cálculo de la Tasa de Descuento

9.1.1. Costo de Oportunidad

Concepto	Base	Sigla	Dato
----------	------	-------	------

Rendimiento del Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 2007-2016	RM	8.64%
Tasa Libre de Riesgo	Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 2007-2016	TLR	5.03%
% Capital Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E	55.26%
% Financiamiento	Estructura de financiamiento del proyecto	D	44.74%
Tasa Impuesto a la Renta	Ir 2018-2022	I	29.50%
Beta Desapalancada	Chemical (Specialty)	BD	0.94
Riesgo País	BCR	RP	1.14%
Beta Apalancado	$BA = BD * \{[1 + (D/E)] * (1 - I)\}$	BA	1.48
Costo Capital Propio a/	$KP = TLR + [BA * (RM - TLR)] + RP$	KP	11.52%

9.1.1.1. CAPM

9.1.1.2. COK propio

Socio1(Deposito a plazo fijo BCP)	2.14%
Socio2(Deposito a plazo fijo caja arequipa)	3.86%
Socio 3(Deposito a plazo fijo Banco scotiabank)	2.86%
Socio 4(Deposito a plazo fijo BBVA)	2.15%
Socio 5(Deposito a plazo fijo Mi Banco)	4.36%
Cok promedio	3.07%
Factor de riesgo	10.10
Cok neto	31.1%

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

Concepto	Monto	%	Costo neto	wacc
Deuda activo fijo	S/. 88,880.00	19.65%	25.85%	5.08%
Deuda capital de trabajo	S/. 113,528.65	25.09%	27.99%	7.02%
Patrimonio	S/. 250,000.00	55.26%	31.06%	17.17%
	S/. 452,409	100.00%		29.27%

9.1.3. Costo de la deuda

	TCEA	TCEA neta
Deuda activo fijo	36.67%	25.85%
Deuda capital de trabajo	39.70%	27.99%

9.1. Evaluación Económica Financiera

9.1.1. Indicadores de Rentabilidad

CONCEPTO	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
FLUJO ECONOMICO	(452,409)	155,142	239,947	288,344	359,196	874,540
FLUJO FINANCIERO	(250,000)	36,773	137,489	253,329	321,535	874,540

29.27%	wacc
31.06%	cok propio

9.1.1.1. VANE y VANF

VANE	315,617.83
VANF	305,740.86

9.1.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado

TIRE	53.21%
TIRF	63.83%

TIRME	43.98%
TIRMF	53.46%

9.1.1.3. Periodo de Recuperación descontado

Flujo Económico Descontado	(452,409)	120,016	143,594	133,488	128,639	242,288
Acumulado	(452,409)	(332,392)	(188,798)	(55,310)	73,329	315,618

Período de Recupero Económico 3.43 años
Equivalente a: 3 años 5 meses

Flujo Financiero Descontado	(250,000)	28,058	80,041	112,525	108,972	226,145
Acumulado	(250,000)	(221,942)	(141,901)	(29,376)	79,596	305,741

Período de Recupero Financiero 3.27 años
Equivalente a: 3 año 3 meses

9.1.1.4. Análisis Beneficio/Costo (B/C)

Relación B/C Económico:	1.70
Relación B/C Financiero:	2.22

9.1.2. Análisis del Punto de equilibrio
9.1.2.1. Costos Variables, Costos Fijos

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas (en Soles)	1,168,186	1,484,273	1,659,658	1,837,794	2,018,729
Venta en Unidades	20,935	26,598	29,741	32,933	36,176
Valor de Venta Promedio	55.80	55.80	55.80	55.80	55.80
Materia Prima	422,120	533,994	597,064	661,123	723,023
Luz	23,519	29,752	33,266	36,835	40,284
Agua	2,352	2,975	3,327	3,683	4,028
Comision variable 0.5 % de las ventas	5,841	7,421	8,298	9,189	10,094
Sampling(% decreciente)	4,078	5,182	5,794	6,416	7,048
Costos Variables	457,910	579,324	647,749	717,247	784,476
Costo Variable Unitario Promedio	21.87	21.78	21.78	21.78	21.69
Mano de Obra Directa	30,683	30,683	46,025	46,025	46,025
Costos Indirectos Fijo	167,305	167,305	167,899	167,305	167,305
Gastos Administrativos Fijo	231,524	231,524	231,524	231,524	231,524
Gastos de Venta Fijo	102,140	103,292	132,218	127,968	127,968
Depreciación Activo Fijo	31,384	31,384	31,384	0	0
Amortización de Intangibles	6,007	0	0	0	0
Amortización de Pre Operativos	80,561	0	0	0	0
Gasto de activos fijos no depreciables	15,542	0	0	0	0
Costos Fijos	665,147	564,189	609,050	572,823	572,823

9.1.2.2. Estado de Resultados (costeo directo)

Resultados (Costeo Directo)	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	1,168,186	1,484,273	1,659,658	1,837,794	2,018,729
(-) Costos Variables	457,910	579,324	647,749	717,247	784,476
Margen de Contribución	710,277	904,949	1,011,909	1,120,548	1,234,253
(-) Costos Fijos	665,147	564,189	609,050	572,823	572,823
Utilidad Operativa	45,129	340,761	402,859	547,725	661,431
(+) Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
(-) Gastos Financieros	57,911	34,306	14,973	6,004	0
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)	0	0	0	0	28,246
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)	0	0	0	0	0
Resultado antes de I. Renta	(12,782)	306,454	387,886	541,721	689,676
(-) Impuesto a la Renta 29.5%		89,126	114,426	159,808	203,455
Resultado Neto	(12,782)	217,328	273,460	381,913	486,222

9.1.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades

	Punto de Equilibrio (N° de Unidades)	19,605	16,583	17,901	16,835	16,789
59%	Fracos de 50 ml	11567	9784	10561	9933	9906
41%	Fracos de 200 ml	8038	6799	7339	6903	6884

9.1.2.4. Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles

	Punto de Equilibrio (En Soles)	S/. 1,093,962	S/. 925,367	S/. 998,918	S/. 939,478	S/. 936,902
59%	Fracos de 50 ml	S/. 645,438	S/. 545,966	S/. 589,362	S/. 554,292	S/. 552,772
41%	Fracos de 200 ml	S/. 448,525	S/. 379,400	S/. 409,556	S/. 385,186	S/. 384,130

Resultados (Costeo Directo Comprobacion Punto equilibrio)	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	1,093,962	925,367	998,918	939,478	936,902
(-) Costos Variables	(428,815)	(361,178)	(389,868)	(366,656)	(364,079)
Margen de Contribución	665,147	564,189	609,050	572,823	572,823
(-) Costos Fijos	(665,147)	(564,189)	(609,050)	(572,823)	(572,823)
Utilidad Operativa	0	0	0	0	0

9.2. Análisis de Sensibilidad y de riesgo

9.2.1. Variables de Entrada

Demanda
Precio
Costo de materia prima

9.2.2. Variables de Salida

VANE	315618
VANF	305741
TIRE	53.21%

TIRF	63.83%
Cok	31.06%
Wacc	29.27%

9.2.3. Análisis Unidimensional

Variable demanda		VANF=0
	Base	reduccion maxima de la demanda
Demanda	0.00%	-16.22%
VANE	315618	-54
VANF	305741	0
TIRE	53.21%	29.26%
TIRF	63.83%	31.06%
cok	31.06%	31.06%
wacc	29.27%	29.27%

Variable Precio		VANF=0
	Base	reduccion maxima del precio
Precio	0.00%	-9.72%
VANE	315618	984
VANF	305741	0
TIRE	53.21%	29.34%
TIRF	63.83%	31.06%
cok	31.06%	31.06%
wacc	29.27%	29.27%

		VANF=0
Variable Costo de materia primas	Base	aumento máximo el precio de todas las materias primas
Costo de materias primas	0.00%	24.22%
VANE	315618	2510
VANF	305741	0
TIRE	53.21%	29.43%
TIRF	63.83%	31.06%

cok	31.06%	31.06%
wacc	29.27%	29.27%

9.2.4. Análisis Multidimensional

	Pesimista	Base	optimista
Demanda	-10%	0%	5%
Precio	-10%	0%	5%
Costo de materia prima	10%	0%	0%

VANE	-297661	315618	582964
VANF	-290676	305741	565219
TIRE	11%	53.21%	77%
TIRF	9%	63.83%	102%

Probabilidades de ocurrencia	30%	40%	30%
-------------------------------------	------------	------------	------------

VANE esperado	211838
VANF esperado	204659

9.2.5. Variables críticas del proyecto

Perfil de riesgo

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ANEXO 1
DISTRIBUCIÓN DE NIVELES SOCIOECONOMICOS



DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA APEIM 2016 - LIMA METROPOLITANA

(%) HORIZONTALES

Zona	Niveles Socioeconómicos					
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	5.2	22.3	40.5	24.3	7.7
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	100	1.0	10.7	44.3	31.5	12.5
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	1.9	23.1	51.5	21.0	2.5
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	0.0	18.7	41.7	27.9	11.7
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100	3.8	26.7	45.0	19.9	4.6
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	2.0	12.1	40.6	36.3	8.9
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	13.6	58.0	22.4	5.2	0.7
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	34.6	45.2	14.0	5.0	1.2
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	4.2	27.8	43.3	20.1	4.6
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100	0.0	6.1	42.7	38.7	12.5
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.4	18.5	43.8	23.7	12.5
Otros	100	0.0	8.2	42.9	24.5	24.5

ANEXO 2 DISEÑO DE ENCUESTA

ENCUESTA DE MASCARILLA A BASE DE PAPA

Un cordial saludo y gracias por participar en la presente encuesta. Estamos realizando un trabajo de investigación acerca del consumo de una mascarilla para la cara a base de papa y también para el lanzamiento de una nueva marca de este producto denominado mascarilla para la cara a base de almidón de papa. Por tanto, agradecemos responda con total sinceridad a las preguntas siguientes:

Sección 1: Filtro

1. ¿Cuántos años tiene?

a) 15 – 20 _____

b) 21 - 40 _____

Otro, (Fin de la Encuesta)

2. ¿En qué distrito vive?

a) San Isidro _____

b) Miraflores _____

c) La Molina _____

d) San Borja _____

e) Surco _____

Otro, (Fin de la Encuesta)

3. ¿Cuál es el salario que percibe?

a) S/850 – S/1,000 ₪ _____

b) S/1,001 – S/3,000 ₪ _____

c) S/3,001 – S/5,000 ₪ _____

d) S/5,001 a más _____

Otro, (Fin de la Encuesta)

4. Género:

Femenino ()

Masculino ()

5. Indique su estado civil:

Soltero ()

Casado ()

Viudo ()

Divorciado ()

(Todas las categorías califican)

Sección 2: Perfil del Consumidor

1. ¿Ha utilizado una mascarilla para el rostro?

a) Si ()

b) No (Fin de la encuesta) ()

2. ¿Es consumidor de mascarilla para el rostro?

a) Si ()

b) No ()

3. ¿Estaría dispuesto a utilizar una mascarilla para la cara a base de derivados de la papa?

a) Si ()

b) No ()

4. ¿Con qué frecuencia utiliza mascarilla para el rostro?

a) Diariamente ()

b) 1 o 2 veces a la semana ()

c) 3 a 5 veces cada dos semanas ()

d) Pasando un mes ()

5. De las mascarilla para la rostro que compra, ¿Cuál es el principal factor por el que la elige?

	Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Medianamente Importante (3)	Importante (4)	Muy Importante (5)
Diseño					
Marca					

Textura					
Aroma					
Precio					

6. ¿Cuáles son las Marcas de mascarilla para el rostro que más prefiere?

- a) Avene ()
- b) Natura ()
- c) La Roche-Posay ()
- d) Formulas naturales ()

7. ¿En qué lugar frecuentemente compra mascarillas para el rostro?

- a) Boticas ()
- b) Tiendas por departamento ()
- c) En forma directa ()
- d) Centros naturales ()
- e) Otros ()

8. ¿Cómo se enteró de la existencia de la mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?

- a) Redes Sociales ()
- b) Página Web ()
- c) Ferias ()
- d) Recomendaciones de Amigos y/o familiares ()

e) Otro medio, Por favor indicar _____

9. ¿Por qué utiliza mascarilla para el rostro?

- a) Porque me agrada probar cosas nuevas ()
- b) Por Beneficios Naturales ()
- c) Por cuidado personal ()
- d) Por influencia de amigos y familiares ()

10. ¿Cuál es la presentación de mascarilla para el rostro que utiliza?

- a) 50 ml ()
- b) 200 ml ()

11. ¿Qué cantidad de mascarilla para el rostro consume al año?

- a) 1 – 2 pots ()
- b) 3 – 4 pots ()
- c) 5 – 7 pots ()
- d) 8 – más ()

12. ¿Cuánto es el precio que paga por la compra del tubo de mascarilla para el rostro que consume?

- a) De S/. 30.00 A S/. 60.00 ()
- b) De S/. 61.50 A S/. 90.00 ()
- c) Más de S/. 91.00 ()

Sección 3: Validación del Producto

13. ¿Compraría nuestra mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?

a) Si ()

b) No (Fin de la encuesta) ()

Pregunta 14: ¿En qué presentación le gustaría adquirir nuestra mascarilla?

☐ 50 ml

☐ 200 ml

15. ¿Cuántos pots de mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa compraría al mes?

a) 1 – 2 pots ()

b) 3 – 4 pots ()

c) 5 – 7 pots ()

d) 8 – más ()

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pote de mascarilla para la cara de tamaño de 200 ml?

a) De S/. 30.00 A S/. 60.00 ()

b) De S/. 61.50 A S/. 90.00 ()

c) Más de S/. 91.00 ()

17. ¿Cuál es el atributo que considera más importante en nuestra mascarilla para el rostro?

	Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Medianamente Importante (3)	Importante (4)	Muy Importante (5)
Propiedades naturales					
Purifica la piel					

Elimina las células muertas					
Ingredientes ricos en fibra					

17. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestra mascarilla para el rostro?

a) Ferias naturales ()

b) Blogs ()

c) Redes Sociales ()

d) Páginas web ()

e) Catálogos ()

Puede marcar varias opciones.

18.- ¿En qué estaciones del año considera que utilizaría más nuestra mascarilla para el rostro?

a) Verano

b) Primavera

c) Invierno

d) Otoño

e) Todo el año

19. ¿Dónde le gustaría encontrar nuestra mascarilla para el rostro?

a) Boticas ()

b) Tiendas por departamento ()

c) En forma directa ()

d) Centros naturales ()

e) Otros ()

20. ¿Qué tanta influencia tiene para usted el Diseño del empaque de la mascarilla para el rostro?

a) Demasiada Influencia

b) Mucha Influencia

c) Poca Influencia

d) Nada de Influencia

21. ¿Qué tanta influencia tiene para usted la presentación de la mascarilla para el rostro?

a) Demasiada Influencia

b) Mucha Influencia

c) Poca Influencia

d) Nada de Influencia

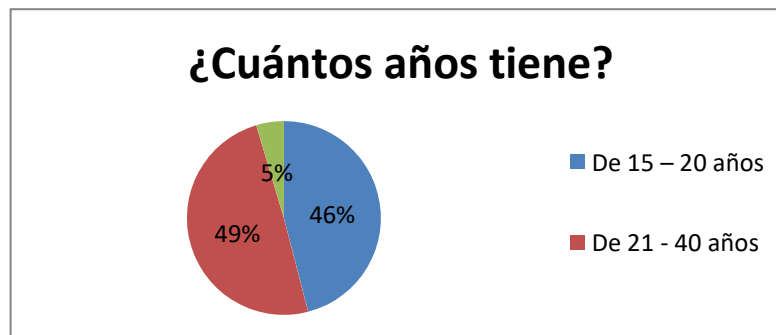
ANEXO 3 ANALISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS

SECCIÓN 1: (FILTRO)

Pregunta 1 ¿Cuántos años tiene?

En el cuadro se muestra que 45.98% están en los rangos de edad de 15 a 20 años de edad, por otra parte existe otro grupo que representa el 49.43% que se encuentra entre los 21 y 40 años de edad y el 4.60% son personas encuestadas que tienen más de 40 años los cuales fueron excluidos de nuestro estudio, debido a que no se encuentra dentro de nuestro consumidor objetivo.

¿CUÁNTOS AÑOS TIENE?	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
De 15 – 20 años	200	45.98%
De 21 - 40 años	215	49.43%
Otro, (Fin de la Encuesta)	20	4.60%
total	435	100.00%

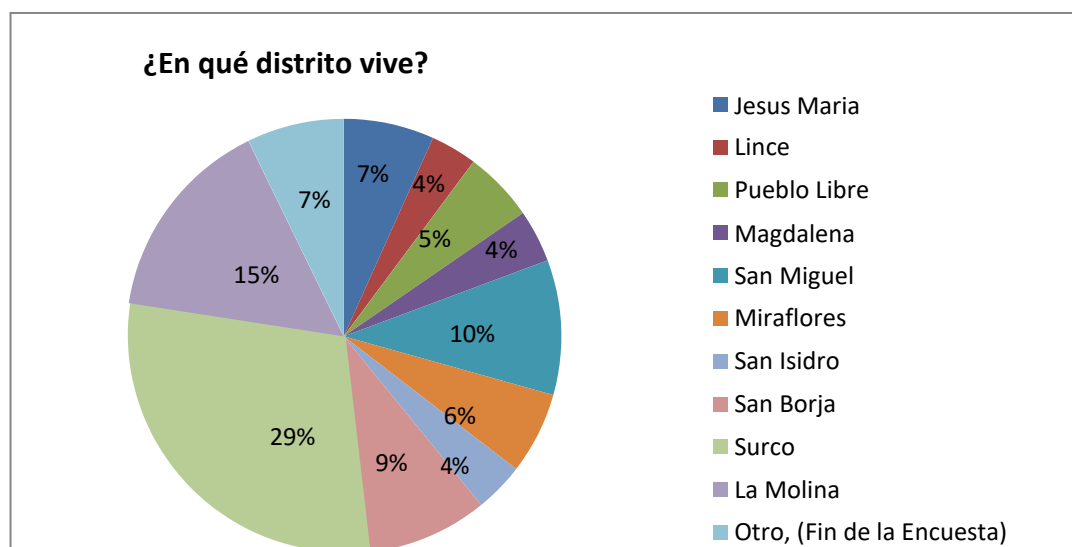


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 2 ¿En qué distrito vive?

Según los resultados, los encuestados viven en los siguiente distritos limeños, el 29%, vive en Surco, el 15% en La Molina; el 10% en San Miguel; el 9% en San Borja; el 6% en Jesús María, el 6% en Miraflores, el 5% en Pueblo Libre, el 3% en Lince, el 3% en Magdalena, el 3% en San Isidro y el 7% de los encuestados viven en otros distritos.

¿En qué distrito vive?	Frecuencia	%
Jesús María	28	6.72%
Lince	14	3.45%
Pueblo Libre	22	5.23%
Magdalena	16	3.91%
San Miguel	42	10.03%
Miraflores	25	6.09%
San Isidro	15	3.70%
San Borja	37	9.03%
Surco	122	29.28%
La Molina	64	15.33%
Otro, (Fin de la Encuesta)	30	7.23%

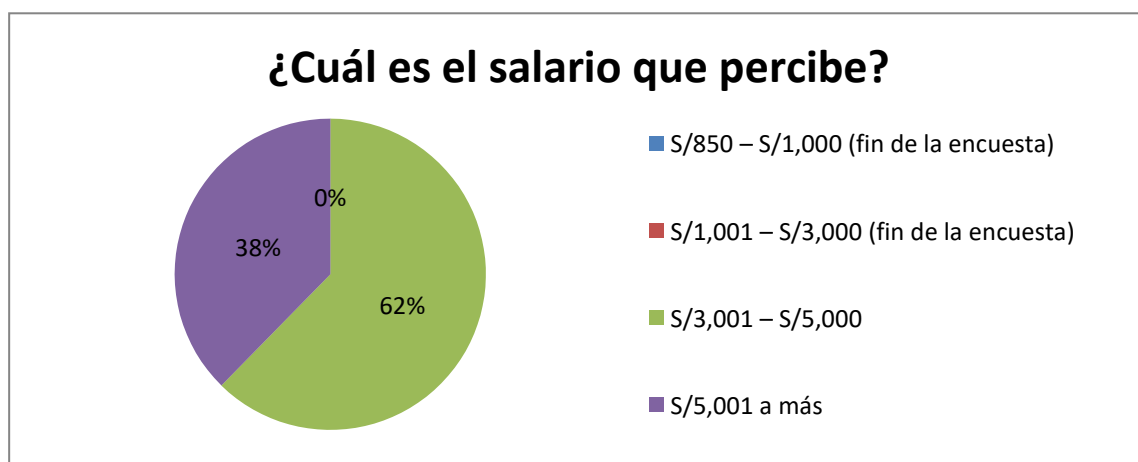


*Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02

PREGUNTA 3: ¿Cuál es el salario que percibe?

Según los resultados, los encuestados indican que tienen un salario siguiente: el 62% de los encuestados indican que entre S/.3001 a S/.5000; el 37% indica entre S/.5000 a más.

¿Cuál es el salario que percibe?	Frecuencia	%
S/850 – S/1,000 (fin de la encuesta)	0	0.00%
S/1,001 – S/3,000 (fin de la encuesta)	0	0.00%
S/3,001 – S/5,000	240	62.34%
S/5,001 a más	145	37.66%
total	385	100.00%

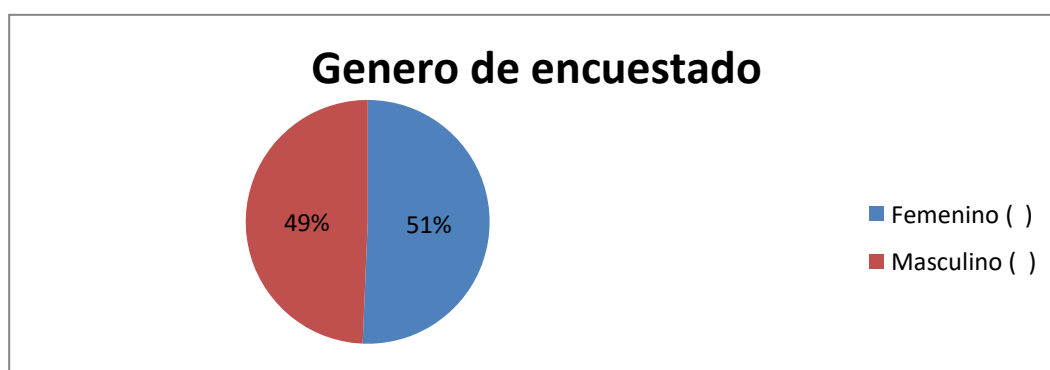


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 4: Género del encuestado

Según los resultados, nuestros encuestados son del género femenino el 50.65% y de género masculino el 49.35%.

Género del encuestado	Frecuencia	%
Femenino ()	195	50.65%
Masculino ()	190	49.35%
total	385	100.00%

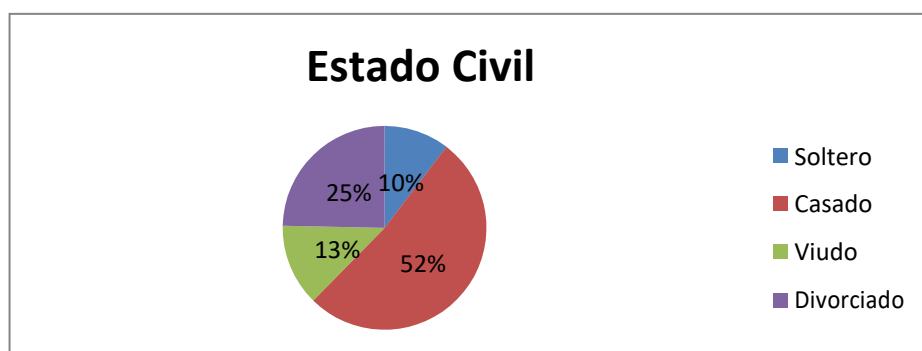


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 5: Indique su estado civil

Según los resultados, el estado civil de los encuestados es de la siguiente manera: el 51% de los encuestados indica que es Casado; el 24% de los encuestados indican ser Divorciado; el 10% de los encuestados indica que es Soltero; el 12% de los encuestados indica que es Viudo

Estado civil	Frecuencia	%
Soltero	40	10.39%
Casado	200	51.95%
Viudo	50	12.99%
Divorciado	95	24.68%
total	385	100.00%



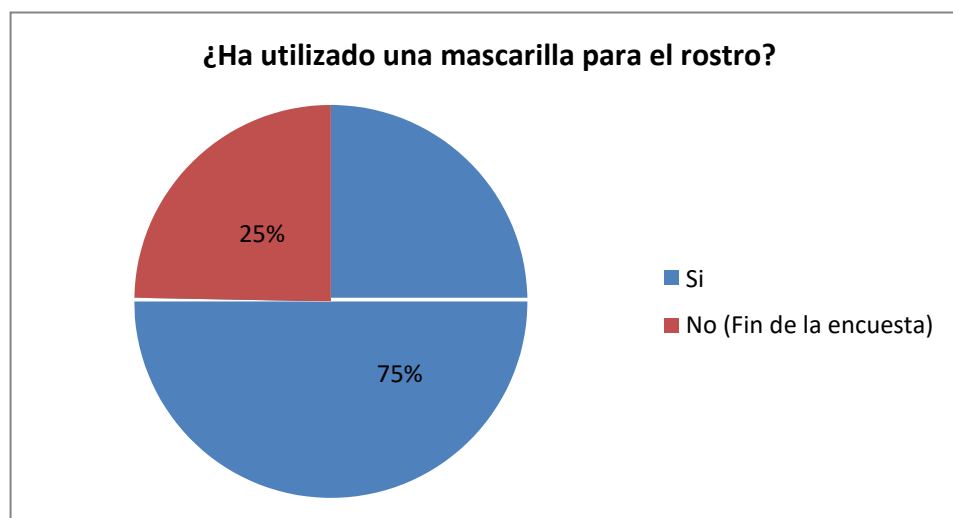
**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Sección 2: (Perfil del consumidor)

Pregunta 1 ¿Ha utilizado una mascarilla para el rostro?

Según indican los resultados, el 75.3% de los encuestados es probado una mascarilla para el rostro y el 24.7% de los encuestados indica que no probado ninguna mascarilla.

Ha utilizado una mascarilla para el rostro	Frecuencia	%
Si	290	75.30%
No (Fin de la encuesta)	95	24.70%
TOTAL	385	100.00%



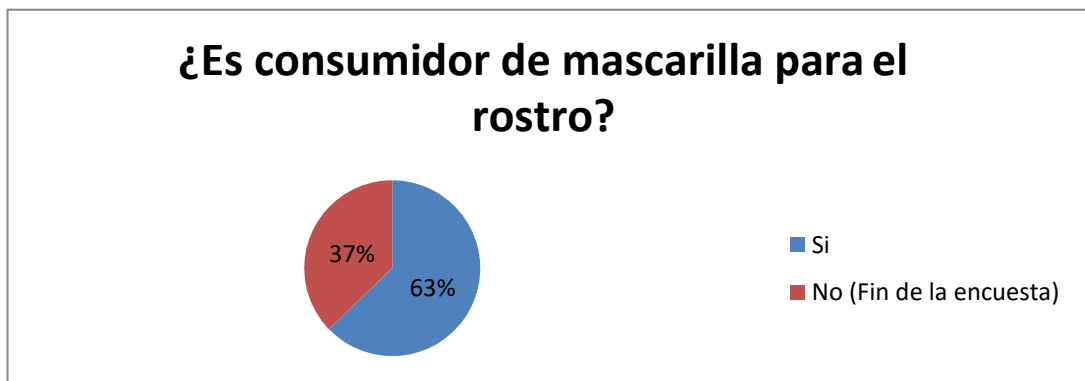
**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 2: ¿Es consumidor de mascarilla para el rostro?

Según los resultados; los encuestados indican en 62.8% que es consumidor de mascarillas para el rostro y el 37.2% de los encuestados indican que no estarían dispuestos a consumirlo.

¿Es consumidor de mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Si	182	62.80%
No (Fin de la encuesta)	108	37.20%
total	290	100.00%

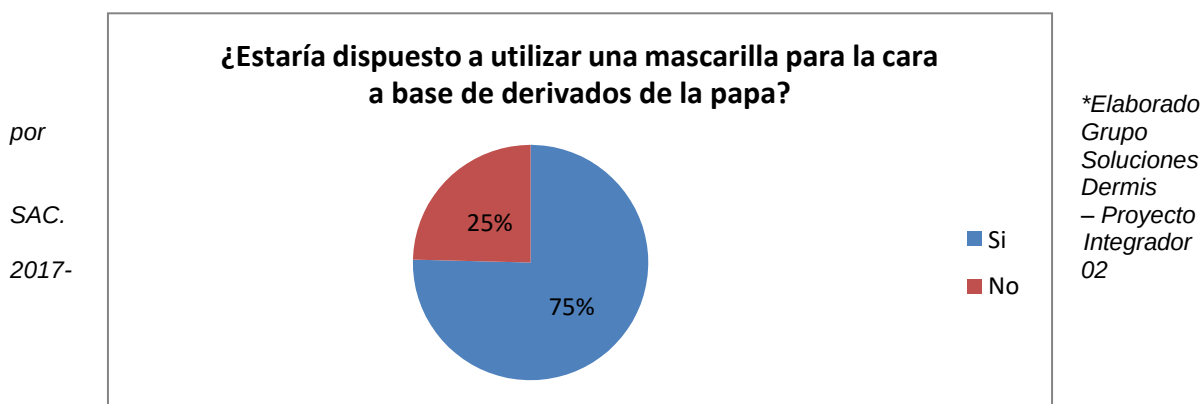
**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*



Pregunta 3: ¿Estaría dispuesto a utilizar una mascarilla para la cara a base de derivados de la papa?

Según los resultados; los encuestados indican en 75.4% que si estarían dispuestos a utilizar mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa y el 24.6% de los encuestados indican que no estarían dispuestos a utilizarlo.

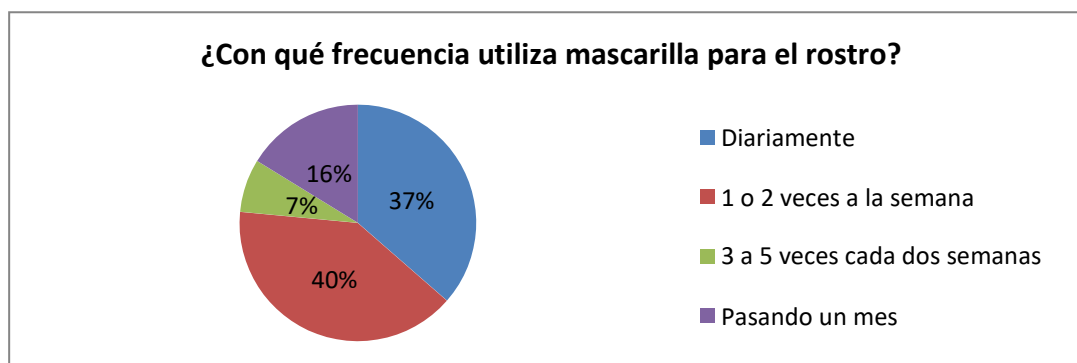
¿Estaría dispuesto a utilizar una mascarilla para la cara a base de derivados de la papa?	Frecuencia	%
Si	137	75.4%
No	45	24.6%
	182	100.00%



Pregunta 04: ¿Con qué frecuencia utiliza mascarilla para el rostro?

Según los resultados el 36.42% de los encuestados utilizan diariamente, el 40.07% indica utilizar de 1 a 2 veces por semana, el 7.28% señala que consumen de 3 a 5 veces cada dos semanas y el 16.23% por lo menos una vez al mes.

¿Con qué frecuencia utiliza mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Diariamente	50	36.42%
1 o 2 veces a la semana	55	40.07%
3 a 5 veces cada dos semanas	10	7.28%
Pasando un mes	22	16.23%
	137	100.00%

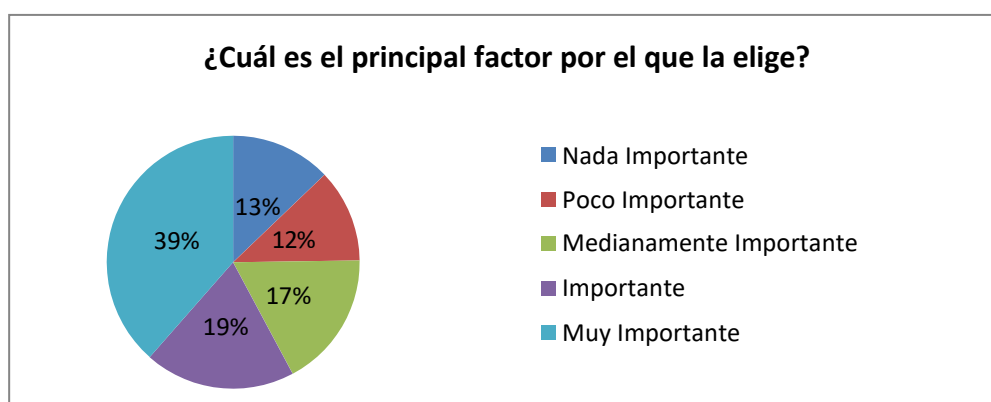


*Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02

Pregunta 5: De la mascarilla para el rostro que compra, ¿Cuál es el principal factor por el que la elige?

Según los resultados, para el 39% de los encuestados el diseño es muy importante y el 19% lo considera importante

¿Cuál es el principal factor por el que la elige?	Frecuencia	%
Nada Importante	14	13%
Poco Importante	13	12%
Medianamente Importante	19	17%
Importante	21	19%
Muy Importante	42	39%
Total	109	100%

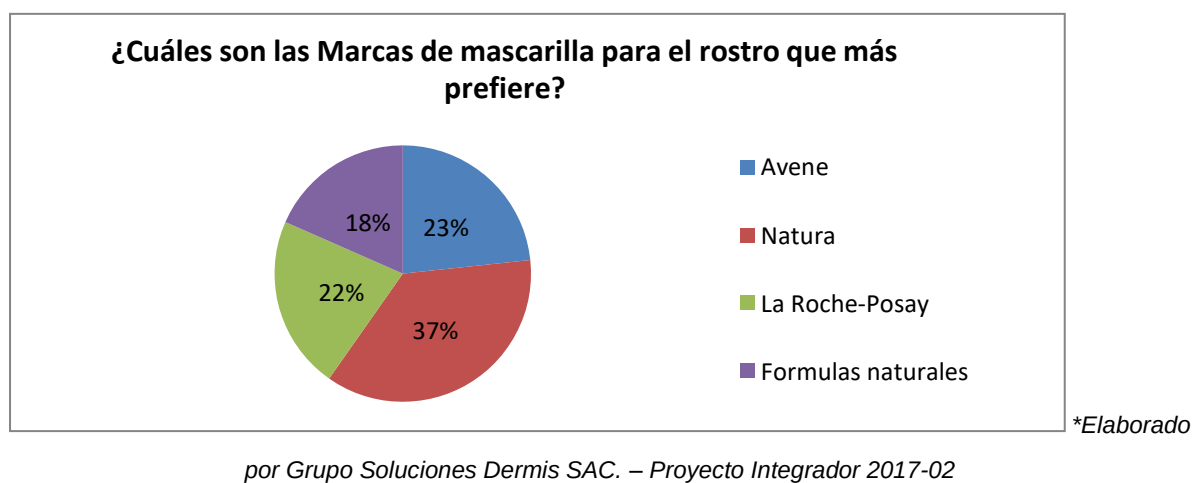


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 6: ¿Cuáles son las Marcas de mascarilla para el rostro que más prefiere?

Según los resultados; los encuestados indican en 23% prefieren la marca Avene, el 36% la marca Natura, 21% la marca La Roche-Posay y el 18% formulas naturales.

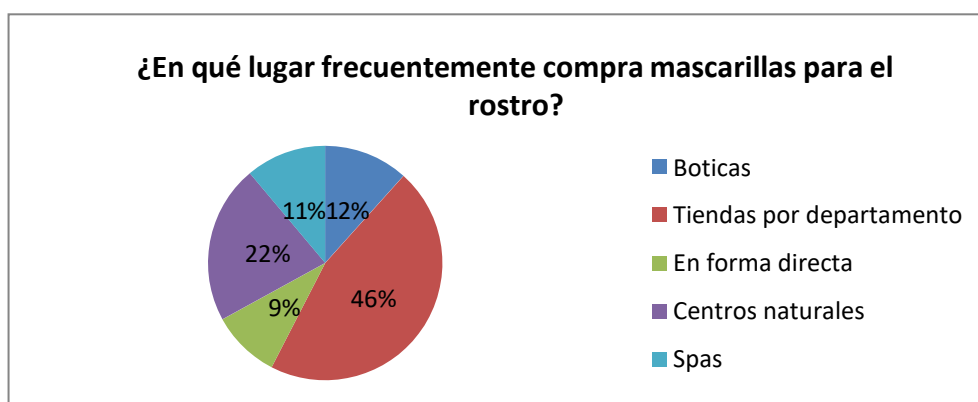
¿Cuáles son las Marcas de mascarilla para el rostro que más prefiere?	Frecuencia	%
Avene	32	23.31%
Natura	50	36.42%
La Roche-Posay	30	21.85%
Formulas naturales	25	18.41%
TOTAL	137	100.00%



Pregunta 7: ¿En qué lugar frecuentemente compra mascarillas para el rostro?

Debemos de resaltar que el 45.89% compra la mascarilla para el rostro en tiendas por departamento y el 21% lo realiza en centros naturales.

¿En qué lugar frecuentemente compra mascarillas para el rostro?	Frecuencia	%
Boticas	16	11.66%
Tiendas por departamento	63	45.89%
En forma directa	13	9.47%
Centros naturales	30	21.85%
Spas	15	11.12%
Total	137	100.00%

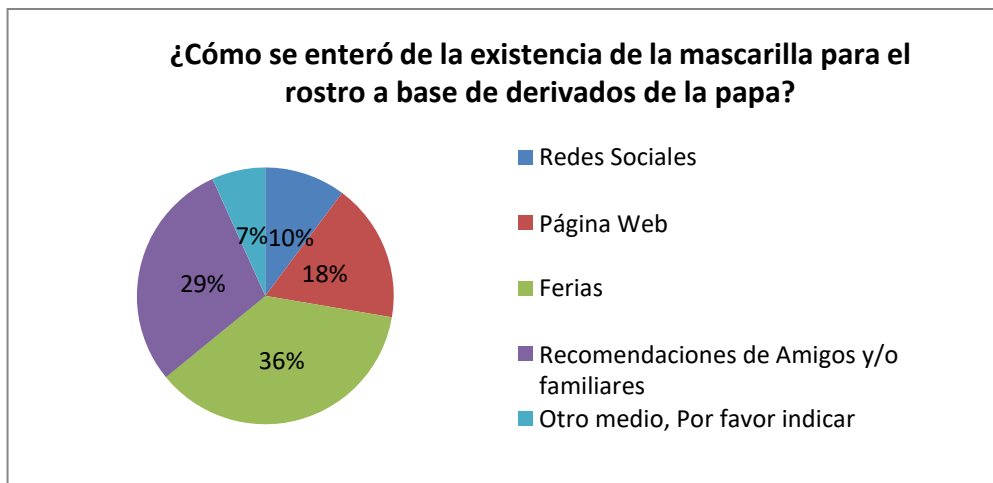


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 8: ¿Cómo se enteró de la existencia de la mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?

El 36% de los encuestados indican que en ferias es considerado el principal medio para enterarse sobre la mascarilla para el rostro derivado de la papa. El 29% indican por recomendación de amigos o familiares, el 17% por intermedio de páginas web, el 10% por redes sociales y el 6% por otros medios de comunicación.

¿Cómo se enteró de la existencia de la mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?	Frecuencia	%
Redes Sociales	14	10.20%
Página Web	24	17.48%
Ferias	50	36.42%
Recomendación de Amigos y/o familiares	40	29.14%
Otro medio, Por favor indicar	9	6.76%
	137	100.00%

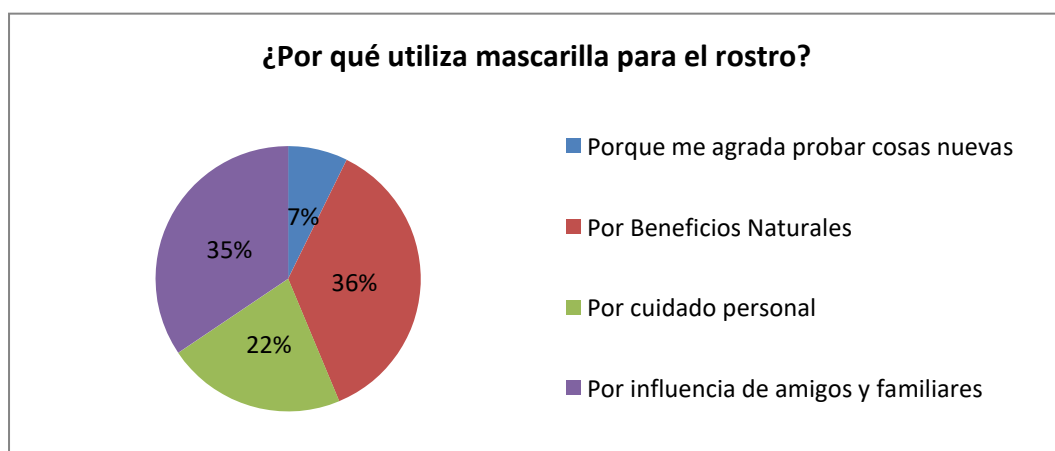


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 9: ¿Por qué utiliza mascarilla para el rostro?

Cabe resaltar que el 36% de los encuestados indican que les agrada probar mascarillas para el rostro por beneficios naturales. El 34% señalan que consumen por recomendaciones e influencias de amigos y familiares.

¿Por qué utiliza mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Porque me agrada probar cosas nuevas	10	7.28%
Por Beneficios Naturales	50	36.42%
Por cuidado personal	30	21.85%
Por influencia de amigos y familiares	47	34.44%
Total	137	100.00%



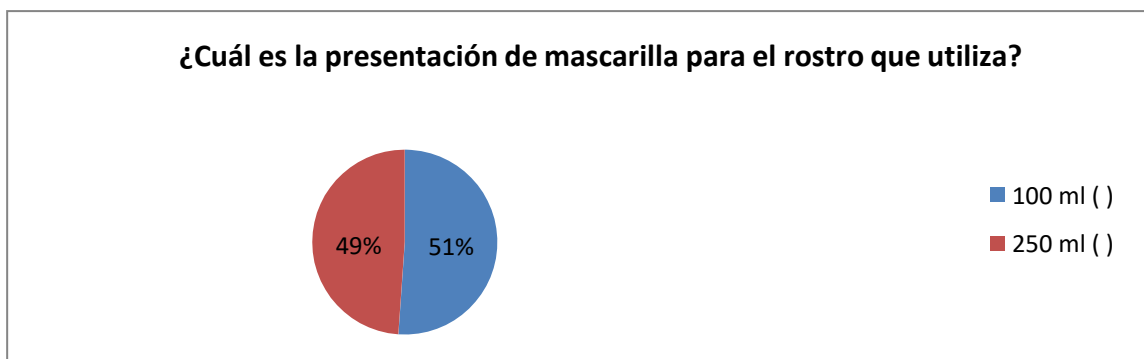
*Elaborado

por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02

Pregunta 10: ¿Cuál es la presentación de mascarilla para el rostro que utiliza?

Cabe destacar que el 51% de personas utiliza mascarillas para el rostro en presentación de 100ml y el 49% de encuestados utilizan en presentación de 200ml.

¿Cuál es la presentación de mascarilla para el rostro que utiliza?	Frecuencia	%
100 ml	70	51%
200 ml	67	49%
	137	100.00%

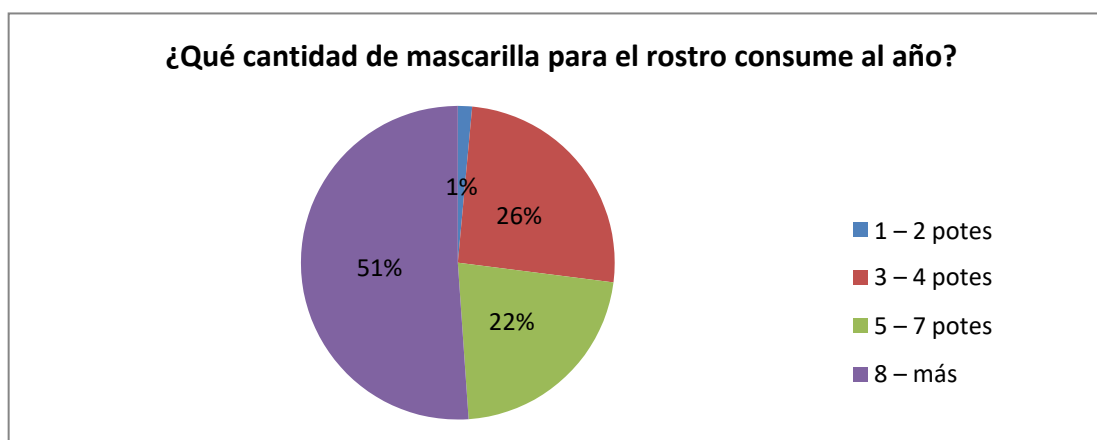


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 11: ¿Qué cantidad de mascarilla para el rostro consume al año?

Se debe tomar en cuenta la alta frecuencia de consumo de 51% de personas que consumen de 8 a más pots anuales y el 21% señala que consume entre 5 y 7 pots anuales.

¿Qué cantidad de mascarilla para el rostro consume al año?	Frecuencia	%
1 – 2 pots	2	1.46%
3 – 4 pots	35	25.55%
5 – 7 pots	30	21.90%
8 – más	70	51.09%
	137	100.00%

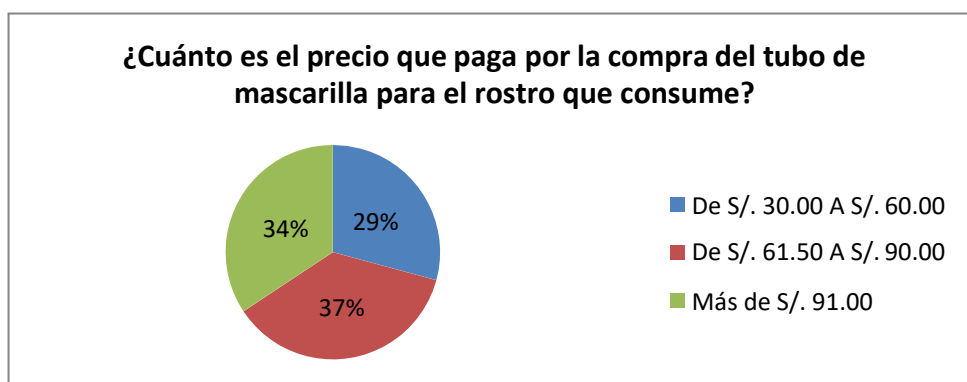


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 12: ¿Cuánto es el precio que paga por la compra del tubo de mascarilla para el rostro que consume?

El 34% de encuestados señalan que pagan entre más de S/.91.00, el 36% pagarían entre S/. 61.50 y S/. 90.00 y el 29% esta dispuestos a pagar entre S/. 30.00 y S/. 60.00

¿Cuánto es el precio que paga por la compra del tubo de mascarilla para el rostro que consume?	Frecuencia	%
De S/. 30.00 A S/. 60.00	40	29%
De S/. 61.50 A S/. 90.00	50	36%
Más de S/. 91.00	47	34%
	137	100.00%



**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Sección 3: (Validación del producto)

Pregunta 13 ¿Compraría nuestra mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?

El 65.80% de encuestados señalan que si estarían dispuestos a comprar una mascarilla para el rostro a base de derivados de papa, mientras que el 34.20% señalan que no estarían dispuestos a comprarlo.

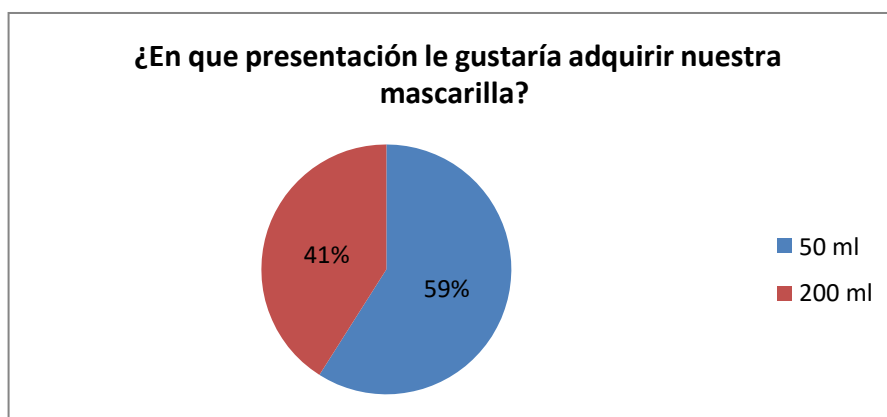
¿Compraría nuestra mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa?	Frecuencia	%
Si	90	65.80%
No (Fin de la encuesta)	47	34.20%
	137	100.00%

**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 14: ¿En qué presentación le gustaría adquirir nuestra mascarilla?

El 59% de encuestados señalan que prefieren una mascarilla en presentación de 50 ml y 41% prefiere en presentación de 200 ml.

¿En qué presentación le gustaría adquirir nuestra mascarilla?	Frecuencia	%
50 ml	53	59.00%
200 ml	37	41.00%
	90	100.00%



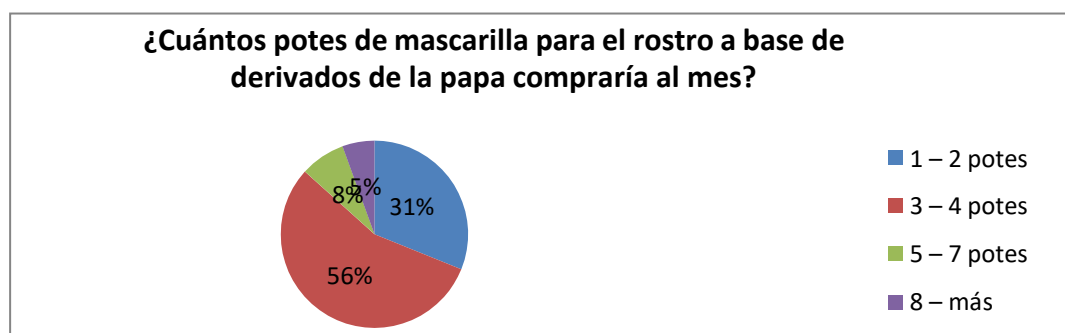
**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 15: Si eligió presentación de 50 ml ¿Cuántos pots de mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa compraría al mes?

El 31% de encuestados señalan comprarían entre 1 a 2 pots al mes, el 55% señala que compraría entre 3 a 4 pots, el 7% de 5 a 7 pots y el 5% de 8 a más al mes.

¿Cuántos pots de mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa compraría al mes?	Frecuencia	%
1 – 2 pots	28	31.11%
3 – 4 pots	50	55.56%
5 – 7 pots	7	7.78%
8 – más	5	5.56%
	90	100.00%

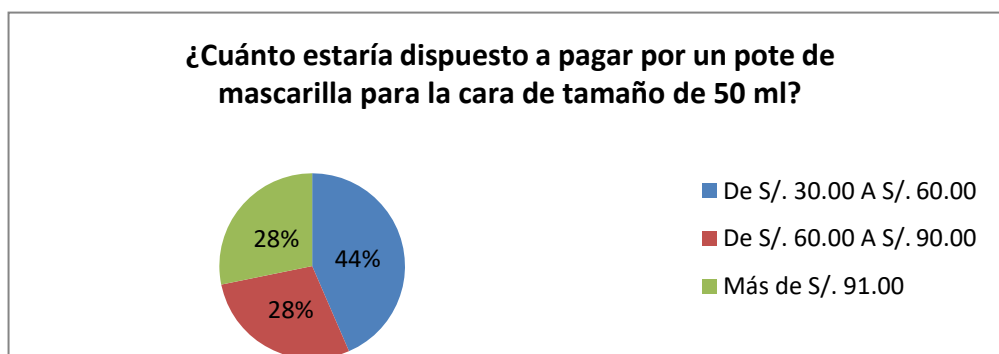
**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*



Pregunta 16: Si eligió presentación de 50 ml ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pote de mascarilla para la cara de tamaño de 50 ml?

El 43.50% de encuestados señalan estarían dispuestos a pagar por el pote de 50ml entre S/. 30.00 a S/. 60.00, el 28.30% entre S/. 60.00 a S/. 90.00 y el 28.20% más de S/ 91.00

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pote de mascarilla para la cara de tamaño de 50 ml?	Frecuencia	%
De S/. 30.00 A S/. 60.00	39	43.50%
De S/. 60.00 A S/. 90.00	25	28.30%
Más de S/. 91.00	25	28.20%
	90	100.00%

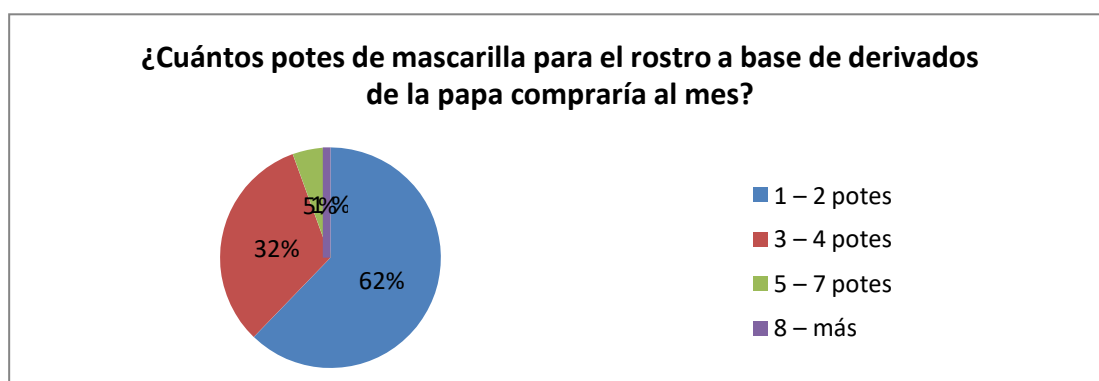


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 17: Si eligió presentación de 200ml ¿Cuántos pots de mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa compraría al mes?

El 62% de encuestados señalan comprarían entre 1 a 2 potes al mes, el 32% señala que compraría entre 3 a 4 potes, el 4% de 5 a 7 potes y el 1% de 8 a más al mes.

¿Cuántos potes de mascarilla para el rostro a base de derivados de la papa compraría al mes?	Frecuencia	%
1 – 2 potes	56	62.22%
3 – 4 potes	29	32.22%
5 – 7 potes	4	4.44%
8 – más	1	1.11%
	90	100.00%



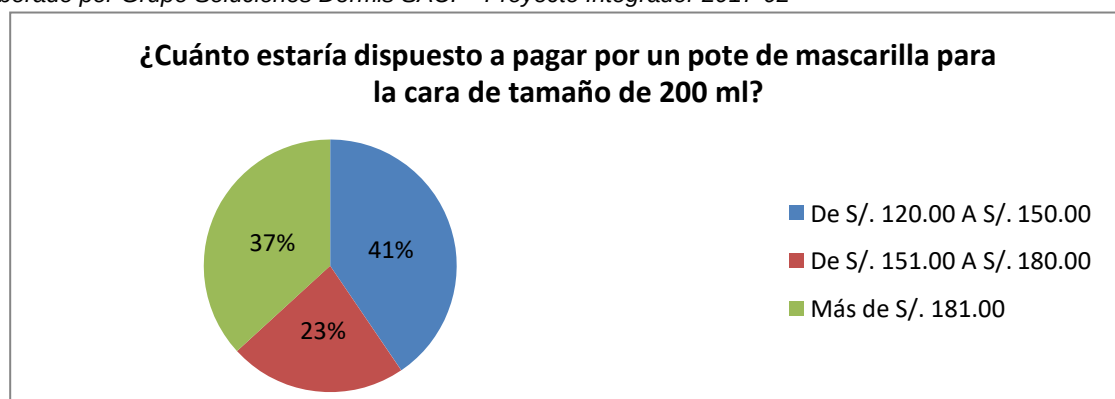
**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 18: Si eligió presentación de 200ml ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pote de mascarilla para la cara de tamaño de 200ml?

El 40.50% de encuestados señalan estarían dispuestos a pagar por el pote de 200ml entre S/. 120.00 a S/. 150.00, el 22.70% entre S/. 151.00 a S/. 180.00 y el 36.80% más de S/ 181.00

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pote de mascarilla para la cara de tamaño de 200ml?	Frecuencia	%
De S/. 120.00 A S/. 150.00	36	40.50%
De S/. 151.00 A S/. 180.00	20	22.70%
Más de S/. 181.00	33	36.80%
TOTAL	90	100.00%

**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

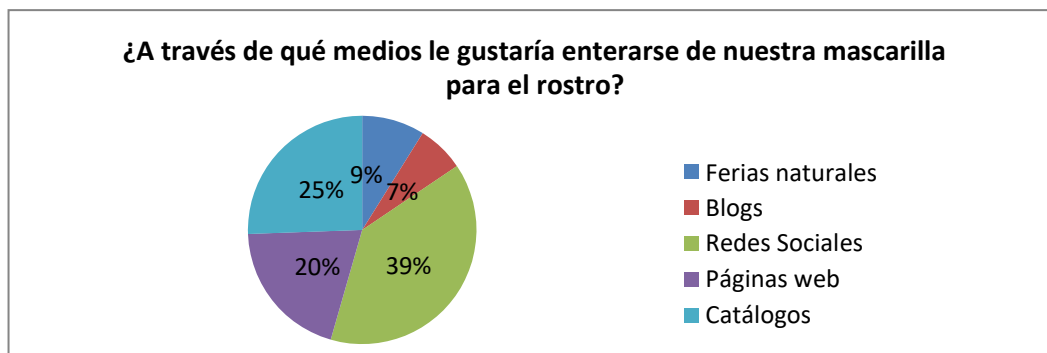


Pregunta 19: ¿Cuál es el atributo que considera más importante en nuestra mascarilla para el rostro?

Pregunta 20: ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestra mascarilla para el rostro?

El 8.89% de encuestados señalan les gustaría enterarse del producto por intermedio de ferias, el 6.67% por blogs, el 38.89% por redes sociales, el 20.00% por páginas webs y el 25.56% por catálogos.

¿A través de qué medios le gustaría enterarse de nuestra mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Ferias naturales	8	8.89%
Blogs	6	6.67%
Redes Sociales	35	38.89%
Páginas web	18	20.00%
Catálogos	23	25.56%
	90	100.00%

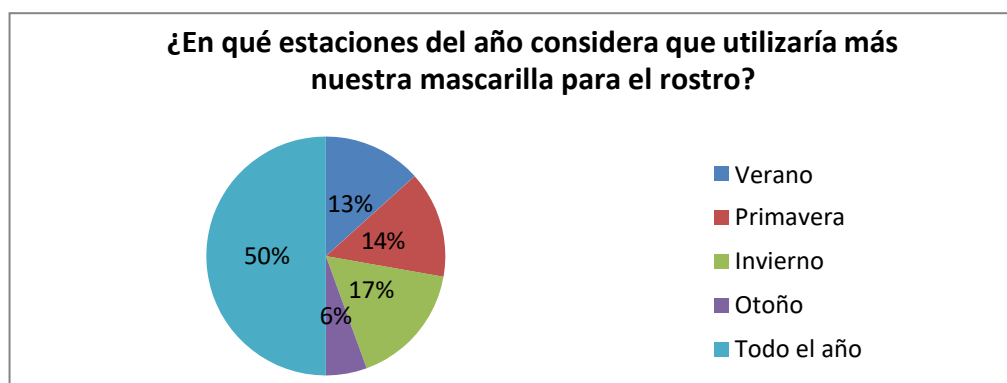


**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 21: ¿En qué estaciones del año considera que utilizaría más nuestra mascarilla para el rostro?

Debemos de recalcar que el 50% de personas encuestadas utilizarían más nuestra mascarilla durante todo el año, el resto lo consumiría durante la temporada de verano, primavera, invierno y otoño.

¿Dónde le gustaría encontrar nuestra mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Verano	12	13.33%
Primavera	13	14.44%
Invierno	15	16.67%
Otoño	5	5.56%
Todo el año	45	50.00%
	90	100.00%



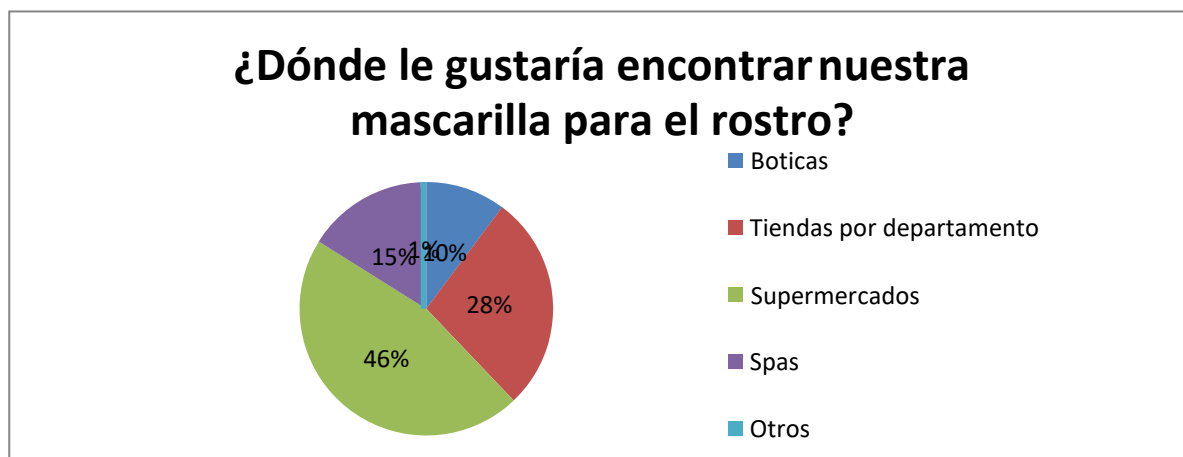
**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 22: ¿Dónde le gustaría encontrar nuestra mascarilla para el rostro?

Debemos de recalcar que el 46% de personas encuestadas les gustaría encontrar nuestro producto en supermercados, el 27% en tiendas por departamento, el 15% en spas, el 10% en boticas y el 0.70% en otros establecimientos.

¿Dónde le gustaría encontrar nuestra mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Boticas	9	10.20%
Tiendas por departamento	25	27.70%
Supermercados	41	46.00%
Spas	14	15.40%
Otros	1	0.70%
	90	100.00%

**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*



Pregunta 23: ¿Qué tanta influencia tiene para usted el Diseño del empaque de la mascarilla para el rostro?

Debemos de recalcar que el 46% de los encuestados indican que tiene demasiada influencia el diseño del empaque del producto, el 24% considera como mucha influencia.

¿Qué tanta influencia tiene para usted el Diseño del empaque de la mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Demasiada Influencia	42	46.67%
Mucha Influencia	22	24.44%
Poca Influencia	15	16.67%
Nada de Influencia	11	12.22%
Total	90	100.00%



**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*

Pregunta 24 ¿Qué tanta influencia tiene para usted la presentación de la mascarilla para el rostro?

Debemos de recalcar que el 47% de los encuestados indican que tiene demasiada influencia la presentación del empaque del producto, el 27% considera como mucha influencia.

¿Qué tanta influencia tiene para usted la presentación de la mascarilla para el rostro?	Frecuencia	%
Demasiada influencia	43	47.78%
Mucha influencia	25	27.78%
Poca influencia	12	13.33%
Nada de influencia	10	11.11%
TOTAL	90	100.00%



**Elaborado por Grupo Soluciones Dermis SAC. – Proyecto Integrador 2017-02*