



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**“BLOQUEADOR HIDRATANTE ANTI-AGE A BASE
DE ACEITES DE CALENDULA Y SEMILLAS DE
FRAMBUESA”**

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

**EBONI ROSSMERY BALDEÓN YAURI –
Ingeniería Industrial**

**KERSTIN MILAGROS LIGARDA MANSILLA –
Ingeniería Industrial**

**JOSELYN ELIZABETH YLLACONZA QUINTO –
Contabilidad**

**FREDDY ANGEL MUÑOZ RUBIO –
Ingeniería Industrial**

**TEOFILO RUDY YUPANQUI GUEVARA–
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**Asesor:
Eduardo Llosa Pasquel**

**Lima – Perú
2019**

INDICE

0	Resumen Ejecutivo.....	1
1	Capítulo I. Información General	2
1.1	Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación	2
1.1.1	Razón social.....	2
1.1.2	Nombre comercial.	2
1.1.3	Logo.....	2
1.1.4	Eslogan.	2
1.1.5	Horizonte de evaluación.	2
1.2	Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	2
1.2.1	Actividad económica.	2
1.2.2	Código CIIU.....	2
1.2.3	Partida arancelaria.	3
1.3	Definición del negocio.....	4
1.3.1	Modelo de Negocio.	4
1.3.2	Modelo CANVAS.....	5
1.4	Descripción del producto.	6
1.4.1	Variedades.	6
1.4.2	Composición.	6
1.4.3	Durabilidad.....	6
1.4.4	Receta preliminar	7
1.4.5	Uso.	7
1.4.6	Envases.	7
1.5	Oportunidades de negocio.....	8
1.6	Estrategia genérica de la empresa	8
2	Capítulo II. Análisis del Entorno	9
2.1	Análisis del Macroentorno	9
2.1.1	Del País (últimos 5 años).	9
2.1.1.1	Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.....	9
2.1.2	Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.	11
2.1.2.1	Tasa de crecimiento de la población.....	11
2.1.2.2	Ingreso per cápita.	11
2.1.2.3	Población Económicamente Activa.	12
2.1.3	Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.	13

2.1.4	Producto Bruto Interno, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.	14
2.1.4.1	Producto Bruto Interno.	14
2.1.4.2	Tasa de Inflación.....	15
2.1.4.3	Tasa de interés.	15
2.1.4.4	Tipo de cambio.	16
2.1.4.5	Riesgo país.....	17
2.1.5	Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.....	17
2.1.6	Del Sector (últimos 5 años).	18
2.1.6.1	Mercado internacional.....	18
2.1.6.2	Mercado del consumidor.....	22
2.1.6.3	Mercado de proveedores.	23
2.1.6.4	Mercado competidor.	23
2.1.6.5	Mercado distribuidor.	23
2.1.6.6	Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.....	23
2.2	Análisis del Microentorno.....	24
2.2.1	Competidores actuales: Nivel de Competitividad.....	24
2.2.2	Fuerza negociadora de los clientes.	25
2.2.3	Fuerza negociadora de los proveedores.	26
2.2.4	Amenaza de productos sustitutos.....	27
2.2.5	Competidores potenciales barreras de entrada.	28
3	Capítulo III. Plan estratégico.....	29
3.1	Visión y misión de la empresa.	29
3.1.1	Visión.	29
3.1.2	Misión.....	29
3.2	Análisis FODA.....	29
3.2.1	FODA.....	30
3.3	Objetivos.	32
3.3.1	Objetivo General.	32
3.3.2	Objetivos Específicos.....	32
4	Capítulo IV. Estudio de Mercado.....	33
4.1	Investigación de mercado.....	33
4.1.1	Criterios de segmentación.....	33
4.1.1.1	Segmentación Geográfica.....	33
4.1.1.2	Segmentación Demográfica.....	34
4.1.1.3	Segmentación Socioeconómica.....	34

4.1.1.4	Segmentación Psicográfica.....	35
4.1.1.5	Segmentación Conductual.....	35
4.1.2	Marco Muestral	36
4.1.2.1	Cálculo del tamaño de la muestra.....	36
4.1.3	Entrevistas a profundidad.....	38
4.1.4	Focus Group.....	41
4.1.5	Encuestas.....	44
4.2	Demanda y oferta.....	59
4.2.1	Estimación del mercado potencial.....	59
4.2.2	Estimación del mercado disponible.....	61
4.2.3	Estimación del mercado efectivo.....	62
4.2.4	Estimación del mercado objetivo.....	63
4.2.5	Frecuencia de compra.....	64
4.2.6	Cuantificación anual de la demanda.....	65
4.2.7	Estacionalidad.....	65
4.2.8	Programa de Ventas en unidades y valorizado	67
4.3	Mezcla de marketing	83
4.3.1	Producto.....	83
4.3.2	Precio.....	86
4.3.3	Plaza.....	87
4.3.4	Promoción.....	88
4.3.4.1	Campaña de Lanzamiento.....	88
4.3.4.2	Promoción para todos los años.....	89
5	Capítulo V. Estudio de Legal y Organizacional	96
5.1	Estudio Legal.....	96
5.1.1	Forma Societaria.....	96
5.1.1.1	Actividades.....	96
5.1.1.2	Valorización.....	97
5.1.2	Registro de marcas y patentes.....	97
5.1.2.1	Actividades.....	98
5.1.2.2	Valorización.....	98
5.1.3	Licencia y autorizaciones.....	98
5.1.3.1	Actividad.....	100
5.1.3.2	Valorización.....	100
5.1.4	Legislación laboral.....	100
5.1.4.1	Actividad.....	101

5.1.4.2	Valorización.	102
5.1.5	Legislación tributaria.	102
5.1.5.1	Actividades.	102
5.1.5.2	Valorización.	102
5.1.6	Otros aspectos legales.	103
5.1.6.1	Actividades.	103
5.1.6.2	Valorización.	103
5.1.7	Resumen del capítulo.	104
5.2	Estudio Organizacional.	104
5.2.1	Organigrama Organizacional.	104
5.2.2	Servicios de Tercerizados.	105
5.2.3	Descripción de puestos de trabajo.	106
5.2.4	Descripción de las actividades de los servicios por Tercerizados.	112
5.2.5	Aspecto Laboral.	113
5.2.5.1	Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.	113
5.2.5.2	Régimen laboral de puestos de trabajo.	113
5.2.5.3	Planilla para todos los años del proyecto.	114
5.2.5.4	Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto:	118
5.2.5.5	Horario de trabajo de puestos de trabajo.	118
6	Capítulo VI. Estudio Técnico.	119
6.1	Tamaño de proyecto.	119
6.1.1	Capacidad Instalada.	119
6.1.2	Capacidad Utilizada.	119
6.1.3	Capacidad Máxima.	120
6.2	Procesos.	120
6.2.1	Diagrama de flujo de proceso de producción.	122
6.2.2	Programa de producción.	126
6.2.3	Necesidad de materias primas e insumos.	128
6.2.4	Programa de compras de materias primas e insumos.	130
6.2.5	Requerimiento de mano de obra directa.	130
6.3	Tecnología para el proceso.	131
6.3.1	Maquinarias.	131
6.3.2	Equipos.	131
6.3.3	Herramientas.	132

6.3.4	Utensilios	133
6.3.5	Mobiliario.....	133
6.3.6	Útiles de oficina.....	134
6.3.7	Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.	135
6.3.8	Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	135
6.3.9	Programa de compras posteriores (durante los años de operación, maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliarios por incremento de ventas.....	137
6.4	Localización.....	139
6.4.1	Macro localización.....	139
6.4.2	Macro Localización.....	142
6.4.3	Gastos de adecuación.....	143
6.4.4	Gastos de servicio.....	144
6.4.5	Plano del centro de operaciones.	147
6.4.6	Descripción del centro de operaciones.....	147
6.5	Responsabilidad social frente al entrono	148
6.5.1	Con los trabajadores	148
6.5.2	Con la comunidad.	149
7	Capítulo VII. Estudio económico y financiero	155
7.1	Inversiones	155
7.1.1	Inversión en Activo Fijo Depreciable.	155
7.1.2	Inversión en Activo Intangible.....	156
7.1.3	Inversión en Gastos Pre-Operativos.....	156
7.1.4	Inversión en Inventarios Iniciales.....	157
7.1.5	Inversión en capital de trabajo (Método de Déficit Acumulado de caja)....	158
7.1.6	Liquidación del IGV.	160
7.1.7	Resumen de estructura de inversiones.	160
7.2	Financiamiento	161
7.2.1	Estructura de financiamiento.	161
7.2.2	Cronograma del Financiamiento del activo fijo.	161
7.3	Ingresos anuales	164
7.3.1	Ingresos por ventas.....	164
7.3.2	Recuperación de capital de trabajo.	165
7.3.3	Valor de Desecho Neto del activo fijo.	165
7.4	Costos y gastos anuales.....	166
7.4.1	Egresos desembolsables.	166

7.4.1.1	Presupuesto de materias primas e insumos.....	166
7.4.1.2	Presupuesto de Mano de Obra Directa.	167
7.4.1.3	Presupuesto de costos indirectos.....	168
7.4.1.4	Presupuesto de gastos de administración.....	169
7.4.1.5	Presupuesto de gastos de ventas	170
7.4.2	Egresos no desembolsables.	171
7.4.2.1	Depreciación.....	171
7.4.2.2	Amortización.	172
7.4.2.3	Activo Fijo no Depreciable.	174
7.4.3	Costo de producción unitario y costo total unitario.....	175
7.4.4	Costos fijos y variables unitarios.	175
8	Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados	176
8.1	Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja	176
8.2	Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	176
8.3	Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal	177
8.4	Flujo de Caja Proyectado Operativo, capital, económico y financiero	178
9	Capítulo IX. Evaluación Económica – Financiera.....	179
9.1	Cálculo de la tasa de descuento.....	179
9.1.1	Costo de oportunidad (K_e).	179
9.1.1.1	Cálculo del CAPM.....	179
9.1.1.2	Cálculo COK Propio.....	179
9.1.1.3	Costo de la deuda.....	179
9.1.2	Costo promedio ponderado de capital (WACC).....	180
9.2	Evaluación económica financiera	180
9.2.1	Indicadores de Rentabilidad.	180
9.2.1.1	VANE y VANF.....	180
9.2.1.2	TIRE y TIRF, TIR modificado	180
9.2.1.3	Período de recuperación descontado.....	181
9.2.1.4	Análisis Beneficio / Costo (B/C).	182
9.2.2	Análisis del punto de equilibrio	182
9.2.2.1	Costos variables, Costos fijos	182
9.2.2.2	Estado de resultados (costeo directo)	183
9.2.2.3	Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades	183
9.2.2.4	Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.....	183
9.3	Análisis de Sensibilidad y Riesgo	183
9.3.1	Variables de entrada.	183

	9.3.2 Variables de salida.....	184
	9.3.3 Análisis unidimensional.....	184
	9.3.4 Análisis multidimensional.....	185
	9.3.5 Variables críticas del proyecto.....	185
	9.3.6 Perfil de riesgo.....	185
10	Conclusiones.....	186
11	Recomendaciones.....	187
12	REFERENCIAS.....	188

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. CANVAS.....	5
Tabla 2 Productos Competidores.....	25
Tabla 3 Productos sustitutos.....	28
Tabla 4 FODA.....	31
Tabla 5 Población de distritos de Lima de la Zona 6 y 7.....	33
Tabla 6 Rango de edades distribuidas por distritos.....	34
Tabla 7 Distribución de zonas por NSE.....	34
Tabla 8 Población proyectada en personas 2019 – 2024.....	36
Tabla 9 Población proyectada en personas 2019 por edades.....	37
Tabla 10 Pregunta 1. Género.....	45
Tabla 11 Pregunta 2: Rango de Edad.....	45
Tabla 12 Pregunta 3: Ingreso familiar.....	46
Tabla 13 Pregunta 4: Distrito de residencia.....	47
Tabla 14 Pregunta 5: Utilizas protector solar.....	48
Tabla 15 Pregunta 6: sabes qué es un factor de protección.....	48
Tabla 16 Pregunta 7: Qué tipo de factor de protección prefieres.....	49
Tabla 17 Pregunta 8: Qué marca de bloqueador solar usa o conoce.....	49
Tabla 18 Pregunta 9: En qué estaciones utilizas bloqueador solar.....	50
Tabla 19 Pregunta 10: Qué tamaño de frasco compras.....	51
Tabla 20 Pregunta 11: Cuánto está dispuesto a pagar por un frasco de bloqueador de 150 ml.....	51
Tabla 21. Pregunta 12: Dónde suele comprar su bloqueador.....	52
Tabla 22 Pregunta 13: Qué propiedades buscas en un bloqueador.....	53
Tabla 23 Pregunta 14: Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de frambuesa.....	54
Tabla 24 Pregunta 15: Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto de 150ml.....	54
Tabla 25 Pregunta 16: Con qué frecuencia desearía adquirirlo.....	55
Tabla 26 Pregunta 17: Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra.....	56
Tabla 27 Pregunta 18: De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto.....	56
Tabla 28 Pregunta 19: A través de qué medio le gustaría recibir noticias sobre nuestro producto.....	57
Tabla 29 Pregunta 20: En qué época del año compraría usted nuestro producto.....	58
Tabla 30 Mercado Potencial 2020.....	59
Tabla 31 Mercado Potencial 2021.....	59
Tabla 32 Mercado Potencial 2022.....	60

Tabla 33 Mercado Potencial 2023.....	60
Tabla 34 Mercado Potencial 2024.....	60
Tabla 35 Mercado Potencial 2020 – 2024.....	61
Tabla 36 Pregunta 5: Utilizas protector solar – encuesta.	61
Tabla 37 Pregunta 7: Qué tipo de factor de protección prefieres – encuesta.	61
Tabla 38 Mercado Disponible en personas 2020 – 2024.	62
Tabla 39 Pregunta 14: Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de frambuesa - encuesta	62
Tabla 40 Mercado Efectivo 2020 – 2024.....	62
Tabla 41 Pregunta 15: Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto de 150ml – encuesta.....	63
Tabla 42 Mercado Efectivo 2020 – 2024.....	63
Tabla 43 Pregunta 8: Qué marca de bloqueador solar usa o conoce – encuesta.....	63
Tabla 44 Tasas de mercado objetivo 2020 – 2024.....	64
Tabla 45 Total, Mercado Objetivo en personas 2020 – 2024.	64
Tabla 46 Pregunta 16: Con qué preferencia desearía adquirirlo - encuesta.....	64
Tabla 47 Pregunta 17: Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra – encuesta.....	65
Tabla 48 Demanda en unidades 2020 – 2024.....	65
Tabla 49 Pregunta 20: En qué época del año compraría usted nuestro producto - encuesta.	65
Tabla 50 Estacionalidad Trimestral 2020 - 2024	66
Tabla 51 % Estacionalidad mensual 2020.	66
Tabla 52 % Estacionalidad mensual 2021 – 2024.....	67
Tabla 53 Programa de Ventas en unidades 2020.	67
Tabla 54 Programa de Ventas en unidades 2021.	68
Tabla 55 Programa de Ventas en unidades 2022.	68
Tabla 56 Programa de Ventas en unidades 2023.	68
Tabla 57 Programa de Ventas en unidades 2024.	69
Tabla 58 Pregunta 18: De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto – encuesta.	69
Tabla 59 Redistribución.	69
Tabla 60 Programa de Ventas en unidades en bioferias 2020.	70
Tabla 61 Programa de Ventas en unidades en bioferias 2021.	70
Tabla 62 Programa de Ventas en unidades en bioferias 2022.	70
Tabla 63 Programa de Ventas en unidades en bioferias 2023.	71

Tabla 64 Programa de Ventas en unidades en bioferias 2024.	71
Tabla 65 Resumen del Programa de Ventas en unidades en bioferias 2020 – 2024.....	71
Tabla 66 Valor venta neto en unidades en bioferias	71
Tabla 67 Ingresos totales de ventas en bioferias 2020(importe en soles).	72
Tabla 68 Ingresos totales de ventas en bioferias 2021(importe en soles).	72
Tabla 69 Ingresos totales de ventas en bioferias 2022(importe en soles).	73
Tabla 70 Ingresos totales de ventas en bioferias 2023(importe en soles).	73
Tabla 71 Ingresos totales de ventas en bioferias 2024(importe en soles).	74
Tabla 72 Resumen de Ingresos totales de ventas en bioferias 2020 - 2024(importe en soles).....	74
Tabla 73 Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2020.....	74
Tabla 74 Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2021.....	75
Tabla 75 Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2022.....	75
Tabla 76 Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2023.....	75
Tabla 77 Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2024.....	76
Tabla 78 Resumen del Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2020 – 2024.	76
Tabla 79 Valor de venta neto en tiendas orgánicas	76
Tabla 80 Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2020 (importe en soles).....	76
Tabla 81 Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2021 (importe en soles).....	77
Tabla 82 Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2022 (importe en soles).....	77
Tabla 83 Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2023 (importe en soles).....	78
Tabla 84 Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2024 (importe en soles).....	78
Tabla 85 Resumen de Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2020 - 2024(importe en soles).....	78
Tabla 86 Programa de Ventas en unidades en farmacias 2020.	79
Tabla 87 Programa de Ventas en unidades en farmacias 2021.	79
Tabla 88 Programa de Ventas en unidades en farmacias 2022.	79
Tabla 89 Programa de Ventas en unidades en farmacias 2023.....	80
Tabla 90 Programa de Ventas en unidades en farmacias 2024.	80
Tabla 91 Resumen del Programa de Ventas en unidades en farmacias 2020 – 2024.....	80
Tabla 92 Valor de venta neto en farmacias.....	80
Tabla 93 Ingresos totales de ventas en farmacias 2020 (importe en soles).	81
Tabla 94 Ingresos totales de ventas en farmacias 2021 (importe en soles).	81
Tabla 95 Ingresos totales de ventas en farmacias 2022 (importe en soles).	82
Tabla 96 Ingresos totales de ventas en farmacias 2023 (importe en soles).	82

Tabla 97 Ingresos totales de ventas en farmacias 2024 (importe en soles)	83
Tabla 98 Resumen de Ingresos totales de ventas en farmacias 2020 (importe en soles).	83
Tabla 99 Resumen total del programa de ventas 2020 – 2024.	83
Tabla 100 Resumen total de ingresos 2020 - 2024 (importe en soles).....	83
Tabla 101 Imagen de la marca inicial y final.	84
Tabla 102 Composición bloqueadora solar 50SPF.	85
Tabla 103 <i>Precios de la competencia.</i>	87
Tabla 104 Dirección de farmacias.....	87
Tabla 105 Dirección de Bioferias.	88
Tabla 106 Presupuesto de promoción para todos los años.....	92
Tabla 107 Presupuesto de promoción 2020.....	93
Tabla 108 Presupuesto de promoción 2021.....	93
Tabla 109 Presupuesto de promoción 2022.....	94
Tabla 110 Presupuesto de promoción 2023.....	94
Tabla 111 Presupuesto de promoción 2024.....	95
Tabla 112 Aporte de los accionistas.	96
Tabla 113 Valorización para la constitución de la Empresa.	97
Tabla 114 Costos de Marcas y Patentes.....	98
Tabla 115 Licencias y Autorizaciones.	100
Tabla 116 Registros.....	102
Tabla 117 Pago de Tributos.....	102
Tabla 118 Impuesto a la renta anual.....	103
Tabla 119 Trámites Administrativos.	103
Tabla 120 Resumen del capítulo.....	104
Tabla 121 Cargos en la empresa.....	105
Tabla 122 Servicios tercerizados	106
Tabla 123 Administrador.	106
Tabla 124 Asistente administrativo.	107
Tabla 125. Jefe de operaciones	108
Tabla 126 Descripción Jefe comercial.	109
Tabla 127 Supervisor logístico.....	110
Tabla 128 Técnico analista	111
Tabla 129 Técnico operario	112
Tabla 130 Resumen de frecuencia.	113
Tabla 131 Planilla del personal para todos los años.	114

Tabla 132	Planilla del área Administrativa	114
Tabla 133	Cuadro de provisiones del área administrativa	114
Tabla 134	Cuadro del pago total de la planilla administrativa.....	114
Tabla 135	Planilla del Área de Ventas	115
Tabla 136	Cuadro de provisiones del área de ventas nov. 2019 – dic.2020.....	115
Tabla 137	Cuadro del pago total de la planilla de ventas	115
Tabla 138	Planilla del Área de Producción (Operarios).....	115
Tabla 139	Cuadro de provisiones del área de producción.....	116
Tabla 140	Cuadro del pago total de la planilla de producción (operarios).	116
Tabla 141	Planilla del Área de Producción.....	116
Tabla 142	Cuadro de provisiones del área de producción Nov. 2019 – Dic. 2020.....	117
Tabla 143	Cuadro de provisiones del área de producción 2020 – 2024.....	117
Tabla 144	Cuadro del pago total de la planilla de producción.	117
Tabla 145	Resumen Total pago de planillas.	117
Tabla 146	Resumen Total pago de planillas y % de las ventas.....	118
Tabla 147	Cuadro del total de gastos por servicios tercerizados.....	118
Tabla 148	Capacidad instalada.....	119
Tabla 149	Unidades a producir 2020 – 2024.....	119
Tabla 150	% Capacidad utilizada 2020 – 2024.	119
Tabla 151	Proceso más lento.	120
Tabla 152	Programa de Producción bloqueador 150ml 2019 – 2024.....	126
Tabla 153	Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) Nov.2019 - Dic.2020	126
Tabla 154	Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2021	126
Tabla 155	Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2022.....	126
Tabla 156	Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2023.....	127
Tabla 157	Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2024.....	127
Tabla 158	Resumen del programa bloqueador 150ml (unidades) 2019 - 2024.....	127
Tabla 159	Resumen de sampling y stock bloqueador 150ml (unidades) 2019 - 2024...127	
Tabla 160	Resumen de producción total de bloqueadores (unidades) 2019 - 2024	127
Tabla 161	Frecuencia de compra de insumos y materiales.....	128
Tabla 162	Frecuencia de compra de insumos.....	128
Tabla 163	Frecuencia de compra de materiales.	128
Tabla 164	Resumen total de necesidades de materia prima.....	129
Tabla 165	Resumen total de necesidades de materiales.	129
Tabla 166	Programa de compras de Materias primas 2019 – 2024.	130

Tabla 167 Programa de compras de materiales 2019 – 2024.....	130
Tabla 168 Planilla del personal para el área de producción para todos los años.	130
Tabla 169 Maquinarias para Producción.....	131
Tabla 170 Equipos de producción.....	131
Tabla 171 Equipos de área administrativa.	131
Tabla 172 Equipos área de ventas.....	132
Tabla 173 Herramientas de trabajo.....	132
Tabla 174 Útiles de limpieza.	132
Tabla 175 Útiles, utensilios.	133
Tabla 176 Mobiliarios de producción.....	133
Tabla 177 Mobiliario del área administrativa.	133
Tabla 178 Mobiliario del área de ventas.....	134
Tabla 179 Útiles del área de producción.....	134
Tabla 180 Útiles del área administrativa.	134
Tabla 181 Útiles del área de ventas.....	135
Tabla 182 Mantenimiento de maquinarias y equipos de producción.	135
Tabla 183 Programa de reposición de herramientas.....	135
Tabla 184 Programa de reposición de útiles de limpieza dic. 2019 – nov. 2020.....	136
Tabla 185 Programa de reposición de útiles de limpieza 2020 – 2024.....	136
Tabla 186 Programa de reposición de útiles.	136
Tabla 187 Programa de reposición de útiles de oficina área de producción.....	137
Tabla 188 Programa de reposición de útiles de oficina área administrativa	138
Tabla 189 Programa de reposición de útiles de oficina área de ventas.....	139
Tabla 190 Centro de gravedad.	139
Tabla 191 Variables de la Macro Localización.	142
Tabla 192 Variables de la micro localización.....	142
Tabla 193 Gastos de adecuación.....	144
Tabla 194 Detalle de facturación del agua.	145
Tabla 195 Detalle de facturación de energía.....	146
Tabla 196 Clasificación de residuos.....	148
Tabla 197 Detalle	149
Tabla 198 Presupuesto anual 2020 de responsabilidad social.....	150
Tabla 199 Presupuesto anual 2021 de responsabilidad social.....	151
Tabla 200 Presupuesto anual 2022 de responsabilidad social.....	152
Tabla 201 Presupuesto anual 2023 de responsabilidad social.....	153
Tabla 202 Presupuesto anual 2024 de responsabilidad social.....	154

Tabla 203	Inversión en activos fijos depreciables (importe en soles)	155
Tabla 204	Inversión en activos intangibles (importe en soles)	156
Tabla 205	Gastos pre operativos (importe en soles)	156
Tabla 206	Inversión en inventarios iniciales	157
Tabla 207	Inversión en capital de trabajo mes 1 – mes 12	158
Tabla 208	Inversión en capital de trabajo mes 1 – mes 12 (Continuación)	159
Tabla 209	Liquidación del IGV (importe en soles)	160
Tabla 210	Resumen de Inversiones	160
Tabla 211	Estructura de Financiamiento (importe en soles)	161
Tabla 212	Financiamiento (importe en soles)	161
Tabla 213	Aporte de los socios (importe en soles)	161
Tabla 214	Financiamiento del activo fijo	161
Tabla 215	Cronograma de pagos del activo fijo	162
Tabla 216	Financiamiento de la deuda del activo fijo	163
Tabla 217	Ingreso por ventas en bioferias (importe en soles)	164
Tabla 218	Ingreso por ventas en tiendas orgánicas (importe en soles)	164
Tabla 219	Ingreso por ventas en farmacias (importe en soles)	164
Tabla 220	Total Ingreso por ventas (importe en soles)	164
Tabla 221	Recuperación de capital de trabajo (importe en soles)	165
Tabla 222	Valor de Desecho Neto del Activo Fijo (importe en soles)	165
Tabla 223	Presupuesto de materia prima e insumos (importe en soles)	166
Tabla 224	Presupuesto de materiales (importe en soles)	166
Tabla 225	Resumen de materia prima (importe en soles)	166
Tabla 226	Mano de Obra Directa	167
Tabla 227	Mano de Obra (importe en soles)	167
Tabla 228	Presupuesto de Costos Indirectos (importe en soles)	168
Tabla 229	Presupuestos de Gastos de Administración (importe en soles)	169
Tabla 230	Gastos de Ventas	170
Tabla 231	Depreciación	171
Tabla 232	Amortización de intangibles	172
Tabla 233	Amortización de gastos intangibles (importe e soles)	173
Tabla 234	Amortización de gastos pre operativos (importe e soles)	173
Tabla 235	Resumen de Amortización de gastos pre operativos (importe en soles)	173
Tabla 236	Activo fijo no depreciable (importe en soles)	174
Tabla 237	Gasto por activo fijo no depreciable	174
Tabla 238	Costo de producción unitario (importe en soles)	175

Tabla 239 Precio de venta al canal.....	175
Tabla 240 Costo variable unitario y costo fijo unitario	175
Tabla 241 Premisas del Estado de ganancias y pérdidas y del flujo de caja	176
Tabla 242 Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros (importe en soles) ..	176
Tabla 243 Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal (importe en soles)	177
Tabla 244 .Flujo de Caja económico, financiero, servicio de la deuda (importe en soles).	178
Tabla 245 Cálculo de CAPM.....	179
Tabla 246 Cálculo COK Propio.	179
Tabla 247 Cálculo COK Propio.	179
Tabla 248 Costo promedio ponderado de capital (WACC).....	180
Tabla 249 Indicadores de rentabilidad.	180
Tabla 250 VANE y VANF.....	180
Tabla 251 TIRE y TIRF.	180
Tabla 252 Periodo de Recuperación descontado Económico.	181
Tabla 253 Periodo de Recuperación descontado Financiero.	181
Tabla 254 Relación Beneficio/Costo.	182
Tabla 255 Costos Variables y costos fijos (importe en soles).....	182
Tabla 256 Estado de Resultados Costeo Directo (importe en soles).....	183
Tabla 257 Punto de equilibrio (unidades).....	183
Tabla 258 Punto de equilibrio (en soles).....	183
Tabla 259 Variables de entrada.	183
Tabla 260 Variables de Salida.	184
Tabla 261 Análisis Unidimensional de la variable demanda.....	184
Tabla 262 Análisis Unidimensional de la variación del Precio (importe en soles).....	184
Tabla 263 Análisis Unidimensional de la variación de costos de materia prima (importe en soles).....	184
Tabla 264 Análisis Multidimensional.	185
Tabla 265 VANE Y VANF.	185
Tabla 266 Variables críticas el proyecto.....	185

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de Biolife.....	2
Figura 2. Código CIU.....	3
Figura 3. Clasificación arancelaria.....	4
Figura 4. Envase sugerido.....	7
Figura 5. Población según sexo.....	9
Figura 6. Población según generación.....	10
Figura 7. Población por sexo según departamentos 2018.....	10
Figura 8. Población total y tasa de crecimiento promedio anual hasta el 2017.....	11
Figura 9. Perú: Producto Bruto Interno Total Y Por Habitante a precios corrientes.....	12
Figura 10. PEA según ámbito geográfico hasta el 2017.....	13
Figura 11. Exportación e Importación FOB: enero 2019.....	13
Figura 12. Variación de la Producción Nacional.....	14
Figura 13. Porcentaje de inflación anual.....	15
Figura 14. Tasa de interés de referencia nominal y real.....	16
Figura 15. Tasa de interés en moneda nacional.....	16
Figura 16. Tipo de cambio en el Perú.....	16
Figura 17. Riesgo País.....	17
Figura 18. Tamaño de la industria de belleza y cuidado personal por categorías 2017 (Millones US\$).....	18
Figura 19. Distribución del gasto en protección solar en el mundo.....	19
Figura 20. Gasto en protección solar en el mundo.....	20
Figura 21. Consumo en protección solar en el mundo.....	21
Figura 22. Consumo de Cosméticos e Higiene personal por departamentos (2017).....	22
Figura 23. Tendencia y proyección del mercado de cosméticos e higiene al 2022 (S/ Millones).....	24
Figura 24. Entrevista 1.....	38
Figura 25. Imagen Entrevista 2.....	39
Figura 26. Imagen entrevista 3.....	40
Figura 27. Focus group 1 foto 1.....	42
Figura 28. Focus group 1 foto 2.....	43
Figura 29. Focus group 2.....	44
Figura 30. Pregunta 1: Género.....	45
Figura 31. Pregunta 2: Rango de Edad.....	46
Figura 32. Pregunta 3: Ingreso familiar.....	46
Figura 33. Pregunta 4: Distrito de residencia.....	47

Figura 34. Pregunta 5: Utilizas protector solar.	48
Figura 35. Pregunta 6: sabes qué es un factor de protección.	48
Figura 36. Pregunta 7: Qué tipo de factor de protección prefieres.	49
Figura 37. Pregunta 8: Qué marca de bloqueador solar usa o conoce.....	50
Figura 38. Pregunta 9: En qué estaciones utilizas bloqueador solar.	50
Figura 39. Pregunta 10: Qué tamaño de frasco compras.....	51
Figura 40. Pregunta 11: Cuánto está dispuesto a pagar por un frasco de bloqueador de 150 ml.....	52
Figura 41. Pregunta 12: Dónde suele comprar su bloqueador.	52
Figura 42. Pregunta 13: Qué propiedades buscas en un bloqueador.....	53
Figura 43. Pregunta 14: Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de frambuesa.....	54
Figura 44. Pregunta 15: Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto de 150ml. ...	55
Figura 45. Pregunta 16: Con qué frecuencia desearía adquirirlo.	55
Figura 46. Pregunta 17: Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra.....	56
Figura 47. Pregunta 18: De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto.....	57
Figura 48. Pregunta 19: A través de qué medio le gustaría recibir noticias sobre nuestro producto.....	58
Figura 49. Pregunta 20: En qué época del año compraría usted nuestro producto.	58
Figura 50. Etiqueta con información.....	85
Figura 51. Protector solar Biolife.....	86
Figura 52. Accesorios como promoción.....	89
Figura 53. Carteras en promoción Biolife.	89
Figura 54. Productos en promoción Biolife.....	90
Figura 55. Protector solar Biolife.....	90
Figura 56. Publicidad de Biolife.....	91
Figura 57. Polo y gorro de Biolife.....	91
Figura 59. Organigrama Funcional.....	105
Figura 60. Diagrama de flujo de los procesos de producción.	122
Figura 61. Diagrama de análisis del proceso.	123
Figura 62. Diagrama de operaciones del proceso de elaboración de bloqueador hidratante	124
Figura 63. Flujograma general de todo el proceso.	125
Figura 64. Ubicación estimada.....	139
Figura 65. Distrito de San Juan de Miraflores.	140
Figura 66. Distrito de Villa El Salvador.....	140

Figura 67. Distrito de Chorrillos.....	141
Figura 68. Local.....	143
Figura 69. Estructura Tarifaria de Sedapal.....	145
Figura 70. Servicio de electricidad.....	146
Figura 71. Plano del centro de operaciones.....	147

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Mezcladora para emulsiones	191
Anexo 2 Dosificador manual.	192
Anexo 3 Equipos de producción.....	193
Anexo 4 Equipos de producción I.....	194
Anexo 5 Equipos de Oficina.....	195
Anexo 6 Equipos de Oficina (Continuación).....	196
Anexo 7 Encuesta.....	197
Anexo 8 Cotización del seguro de la empresa.	201
Anexo 9 Cotización de equipos.....	205
Anexo 10 Cotización productos.	206
Anexo 11 Cotización productos.	207
Anexo 12 Cotización 1	208
Anexo 13 Cotización Insumo.	209
Anexo 14 Cotización Maquina.	210
Anexo 15 Cotización Maquina 1.....	211

Resumen Ejecutivo

El presente Informe tiene como objetivo la puesta en marcha de la producción y comercialización del bloqueador solar anti age BIOLIFE, de la empresa EKO SKIN SAC, ubicada en San Juan de Miraflores, con la finalidad de asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto.

Nuestro producto es un bloqueador solar anti age, que tendrá dos ingredientes naturales activos: el aceite de caléndula, por su eficaz propiedad antioxidante, y el aceite de semilla de frambuesa, un excelente filtro orgánico que disminuye la probabilidad de obtener cáncer de piel. La presentación será en tubos de 150 ml con un FPS de 50.

La idea de negocio nace ante la excesiva radiación ultravioleta (UV) que presenta el Perú. Lima, posee categoría de exposición muy alta y en el 2020 llegará a la máxima categoría mundial, extremadamente alta. Debido a este escenario, y al crecimiento de la tasa de cáncer de piel, se promulgo la Ley N° 30102 en el Perú, la norma dispone que las instituciones y entidades públicas y privadas, cuyos empleados estén expuestos a la radiación UV, otorguen bloqueadores entre otros instrumentos de protección.

El Perú moverá “80 millones de soles en bloqueadores en el 2019”, “15% más que el año anterior”, según Kantar Worldpanel – compañía líder mundial en procesamiento de datos y se estima que este mercado continuará en crecimiento, ya que solo 4 de cada 10 personas utiliza bloqueador solar en Lima y la penetración de estos en los hogares es de tan solo 30%.

Nuestro proyecto tiene un horizonte de 5 años, con un modelo de negocio BUSINESS to CONSUMER (B2C). Está dirigido a un público de personas entre 30 y 59 años, de NSE A y B con domicilio en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana. Inicialmente la comercialización será a través de 03 canales: bioferias, farmacias y tiendas orgánicas. Nuestra proyección es abarcar supermercados y ventas por catálogo en el mediano plazo.

La inversión inicial es de 275 mil soles y se asegura un B/C Financiero de 2.22 al final del proyecto, con un periodo de recuero financiero de 25 meses.

Finalmente, el perfil de riesgo del proyecto es moderado bajo debido a la inexistencia de variables críticas, lo que asegura la viabilidad y seguridad de la inversión.

Capítulo I. Información General

1.1 Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación

1.1.1 Razón social.

EKO SKIN S.A.C.

1.1.2 Nombre comercial.

BIOLIFE

1.1.3 Logo.



Figura 1. Logo de Biolife.

Elaboración propia.

1.1.4 Eslogan.

Proteger la piel es una tarea difícil, pero no imposible. Nunca es tarde para proteger con nuestro Bloqueador hidratante BIOLIFE que humectará y protegerá de los rayos UV.

1.1.5 Horizonte de evaluación.

La empresa trabajara con un horizonte de evaluación de 5 años, del 2020 al 2024. El año 2019 será el año 0, de octubre a diciembre organizaremos las gestiones documentarias y pre- operativas. De acuerdo con la estimación, se proyecta la recuperación de la inversión, al finalizar el segundo año y se estima una vida útil del producto de 5 años.

1.2 Actividad económica, código CIU, partida arancelaria

1.2.1 Actividad económica.

La actividad económica es secundaria puesto que nos dedicaremos a la producción y comercialización de un Bloqueador solar con insumos naturales.

1.2.2 Código CIU.

Según la Clasificación Internacional de Industrias Uniformes (CIU), la clasificación corresponde a 2424 y 5231, en el rubro de “fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador” y “venta al por menor

de productos farmacéuticos y médicos cosméticos y artículos de tocador en comercios especializados”, respectivamente. (Superintendencia de Bancas, Seguros y AFP, s.f)

TABLA DE CÓDIGOS CIU	
COD. CIU	DESCRIPCION CIU
2422	Fabricación de pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta y masillas
2423	Fabricación de productos farmaceuticos, sustancias quimicas medicinales y productos botanicos
2424	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador
2429	Fabricación de otros productos quimicos n.c.p.
5219	Venta al por menor de otros productos en almacenes no especializados
5220	Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en almacenes especializados
5231	Venta al por menor de productos farmaceuticos y medicinales, cosmeticos y artículos de tocador
5232	Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero

Figura 2. Código CIU.

Recuperado de Superintendencia de Bancas, Seguros y AFP.

1.2.3 Partida arancelaria.

3304990000: “Las demás preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel” (SUNAT, s.f)

SECCIÓN:VI	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXA
CAPITULO:33	ACEITES ESENCIALES Y RESINOIDES; PREPARACIONES DE PERFUMERÍA, DE TOCADOR O DE COSMÉTICA
33.04	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros.
33.04	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros.
3304.10.00.00	- Preparaciones para el maquillaje de los labios
3304.20.00.00	- Preparaciones para el maquillaje de los ojos
3304.30.00.00	- Preparaciones para manicuras o pedicuros
	- Las demás:
3304.91.00.00	- - Polvos, incluidos los compactos
3304.99.00.00	- - Las demás
33.05	Preparaciones capilares.
3305.10.00.00	- Champúes
3305.20.00.00	- Preparaciones para ondulación o desrizado permanentes
3305.30.00.00	- Lacas para el cabello
3305.90.00.00	- Las demás

Figura 3. Clasificación arancelaria.

Recuperado de SUNAT.

1.3 Definición del negocio

Eko Skin SAC, es una empresa cuya actividad económica principal es la producción y comercialización de su bloqueador solar.

El producto es un bloqueador solar con ingredientes naturales que será distribuido a través de canales directos e indirectos.

1.3.1 Modelo de Negocio.

El modelo de negocio es B2C, que va dirigido a personas de las zonas 6 – 7 de Lima, de sexo y estado civil indistinto, de edad comprendida entre 30 y 60 años, de los niveles socio económicos A y B y de estilo de vida sofisticado y moderno.

1.3.2 Modelo CANVAS.

Tabla 1.
CANVAS.

Socios Clave	Actividades claves	Oferta de Valor:	Relación con clientes	Segmento de mercado
<ul style="list-style-type: none"> Nuestros proveedores de aceite de semilla de frambuesa (Adrimpex S.A, Corporación Líder Perú SA) y Aceite de Caléndula (Empresa Omnichem SAC, IDSA S.A). 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración del producto con alto nivel de calidad. Comunicación permanente a través de las plataformas de redes sociales. Entrenamiento a nuestro equipo de ventas. Capacitaciones a nuestro equipo de estrategias de publicidad y marketing. Gestión de cadena de suministros eficiente. <p>Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> Materia prima (aceites de caléndula y de semilla de frambuesa) Recursos humanos de producción y administrativo. Certificaciones sanitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de bloqueador solar a base de aceites de caléndula y semillas de frambuesa. Producto natural con alto nivel de vitaminas. Producto innovador, nuevo en el mercado, con antioxidantes para regenerar las células y reafirmante. 	<p>Relación con clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Plataforma virtual y redes sociales (FACEBOOK e INSTAGRAM). Presentaciones en ferias distritales. Atención al cliente personalizado por mail, WHATSAPP y CALL CENTER. <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> Canal directo: Bioferias y redes sociales. Canal indirecto: Arrendamiento de espacios en cadenas de farmacias y tienda orgánica. 	<ul style="list-style-type: none"> Dirigido a mujeres y hombres entre 30 a 59 años. De nivel socioeconómico A y B de los distritos de la zona 6 y 7 de Lima metropolitana.
<p>Estructura de costos</p> <p><u>Costos fijos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Arrendamiento de oficinas y maquinarias de producción <p>Gastos administrativos</p> <p><u>Costos variables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Materia prima Gastos de ventas y otros. 	<p>Fuente de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> Ventas a nuestro público objetivo en nuestros diferentes canales y puntos de distribución Ventas por convenios (Farmacias y tiendas orgánicas) 			

Nota Elaboración propia

1.4 Descripción del producto.

El producto es un bloqueador solar que tiene como objetivo hidratar la piel, proteger ante la radiación UV, evitar el envejecimiento de la piel y prevenir la aparición de cáncer en la piel. Con sus dos principales activos naturales, aceite de caléndula y aceite de semillas de frambuesa.

1.4.1 Variedades.

Sera comercializado en una presentación de 150ml con FPS 50

1.4.2 Composición.

La composición del producto cuenta con un 2.5% de aceite de caléndula y un 4.0% de aceite de semillas de frambuesa. Las características de estos ingredientes son:

- Aceite de caléndula regenera, humecta y contrarresta las manchas en la piel, es antiinflamatoria. (Revista de Investigación agraria y ambiental, Bogotá)
- Aceite de semilla de frambuesa: previene el envejecimiento de la piel, regenera y humecta. (Instituto Nacional de Investigaciones Forestales agrícolas y pecuarias, México).

1.4.3 Durabilidad.

El producto será producido cumpliendo con todas las normas legales de salubridad, así mismo una vez abierto tendrá un tiempo de vida de 9 meses.

1.4.4 Receta preliminar

Composición FPS 50

Óxido de Zinc	20.00%
Dióxido de Titanio	4.00%
Aceite de Caléndula	2.50%
Aceite de semillas de frambuesa	4.00%
Goma Xanthan	0.30%
Aceite de Lavanda	1.00%
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Cetareth 20 / Steareth 20)	3.00%
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	4.00%
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	1.00%
Geogard 221 (Benzil alcohol /Ácido Dehidroacético)	1.00%
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	3.00%
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	2.00%
Glicerina	5.00%
Agua purificada	49.20%
TOTAL	100.00%

Nota Elaboración propia.

1.4.5 Uso.

El uso sugerido para nuestro producto es familiar, pues puede ser utilizado por cualquier miembro de la familia.

1.4.6 Envases.



Figura 4. Envase sugerido

Recuperado de EKO SKIN S.A.C.

1.5 Oportunidades de negocio

El Perú, recibe una de las radiaciones solares más altas del planeta, alcanzando en la mayoría de los departamentos categorías de exposición Extremadamente Altas. En Lima, el índice de radiación UV alcanza la categoría Muy Alta, según el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (SENAMHI).

El MINSA informa que el cáncer de piel es el cuarto tipo de cáncer más recurrente en la población peruana y se registran 3500 nuevos casos anualmente.

Esto sumado a la Ley 30102 y la estadística que solo 4 de cada 10 peruanos utilizan bloqueador solar, nos entrega una excelente oportunidad de negocio para aprovechar la poca penetración en el mercado de los bloqueadores con ingredientes naturales.

Los beneficios de la caléndula y la frambuesa nos dotan de ese factor diferencial que necesitamos para distanciarnos de los productos ya presentes en el mercado – Estrategia BLUE OCEAN.

1.6 Estrategia genérica de la empresa

Nuestro bloqueador tiene dos insumos naturales la semilla de aceite de Caléndula y Semillas de Frambuesa en estado gaseoso. Esta mezcla nos hace diferente a la competencia, porque contienen vitaminas C y E naturales, son antisépticos y no tienen contradicciones en la mezcla con los insumos bases.

De acuerdo, a las estrategias del autor Michael Porter, nuestra empresa usará la estrategia de diferenciación por sus productos.

Capítulo II. Análisis del Entorno

2.1 Análisis del Macroentorno

2.1.1 Del País (últimos 5 años).

2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.

El Perú, cuya capital es Lima, se encuentra situado al medio de América del Sur, frente al océano Pacífico. Tiene una superficie de 1 285 216 km² aproximadamente y es el tercer país más grande de Sudamérica. Entre las ciudades más importantes se encuentran: Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Piura y Cuzco.

PERÚ: POBLACIÓN A NIVEL NACIONAL, SEGÚN SEXO 2000 - 2018 (En miles)			
AÑO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
2,000	25,661.7	12,726.8	12,934.9
2,001	26,090.3	12,937.2	13,153.1
2,002	26,749.0	13,259.3	13,489.7
2,003	27,148.1	13,461.1	13,687.0
2,004	27,546.6	13,657.4	13,889.2
2,005 ⁽¹⁾	27,179.4	13,570.5	13,608.9
2,006	27,377.2	13,666.9	13,710.3
2,007 ⁽²⁾	28,220.8	14,025.7	14,195.1
2,008	28,652.0	14,250.6	14,401.4
2,009	29,105.7	14,473.6	14,632.1
2,010	29,461.9	14,645.8	14,816.1
2,011	29,797.7	14,817.9	14,979.8
2,012	30,142.1	14,998.1	15,144.0
2,013	30,517.0	15,189.9	15,327.1
2,014	30,837.4	15,446.5	15,390.9
2,015	31,151.6	15,605.8	15,545.8
2,016	31,488.4	15,773.2	15,715.2
2,017	31,826.0	15,939.1	15,886.9
2,018	32,162.2	16,105.0	16,057.2

Figura 5. Población según sexo.

Recuperado de Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (CPI).

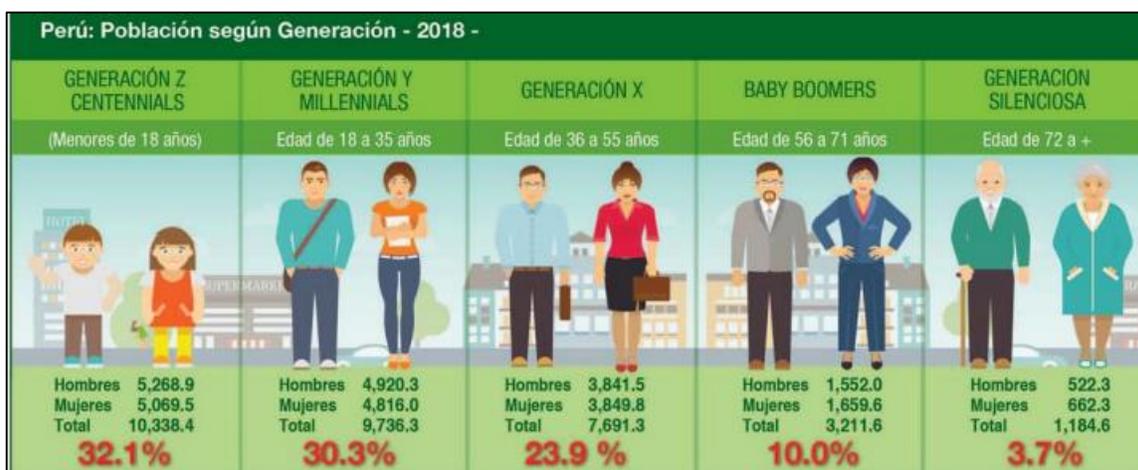


Figura 6. Población según generación.

Recuperado de Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (CPI).

PERÚ: POBLACIÓN POR SEXO SEGÚN DEPARTAMENTOS 2018 (En miles)

DEPARTAMENTO	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
Lima	11,351.2	35.3	5,531.8	34.3	5,819.4	36.1
La Libertad	1,928.2	6.0	961.9	6.1	966.3	6.0
Piura	1,887.2	5.9	947.2	5.9	940.0	5.8
Cajamarca	1,540.0	4.8	776.1	4.8	763.9	4.8
Puno	1,457.0	4.5	731.0	4.5	726.0	4.5
Junin	1,379.9	4.3	696.9	4.3	683.0	4.3
Cusco	1,338.9	4.2	678.2	4.2	660.7	4.1
Arequipa	1,329.8	4.1	658.6	4.1	671.2	4.2
Lambayeque	1,290.6	4.0	626.1	3.9	664.5	4.1
Ancash	1,166.2	3.6	593.7	3.7	572.5	3.6
Loreto	1,068.1	3.3	557.7	3.5	510.4	3.2
Huanuco	878.2	2.7	446.4	2.8	431.8	2.7
San Martin	873.6	2.7	474.7	2.9	398.9	2.5
Ica	810.2	2.5	407.4	2.5	402.8	2.5
Ayacucho	711.1	2.2	364.4	2.3	346.7	2.2
Ucayali	512.4	1.6	271.6	1.7	240.8	1.5
Huancavelica	505.5	1.6	254.3	1.6	251.2	1.6
Apurimac	464.6	1.4	237.5	1.5	227.1	1.4
Amazonas	425.8	1.3	224.2	1.4	201.6	1.3
Tacna	354.2	1.1	183.1	1.1	171.1	1.1
Pasco	310.6	1.0	165.6	1.0	145.0	0.9
Tumbes	246.0	0.8	133.2	0.8	112.8	0.7
Moquegua	186.0	0.6	99.1	0.6	86.9	0.5
Madre De Dios	146.9	0.5	84.3	0.5	62.6	0.4
TOTAL	32,162.2	100.0	16,105.0	100.0	16,057.2	100.0

Figura 7. Población por sexo según departamentos 2018.

Recuperado de Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (CPI).

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

2.1.2.1 Tasa de crecimiento de la población.

El aumento demográfico en Lima se observa, año tras año y con mayor incidencia, en las zonas urbanas. En el 2018 se calculó que existen más de 32.16 millones de peruanos con una tasa de crecimiento anual de 1.01% según estimaciones de IPSOS.

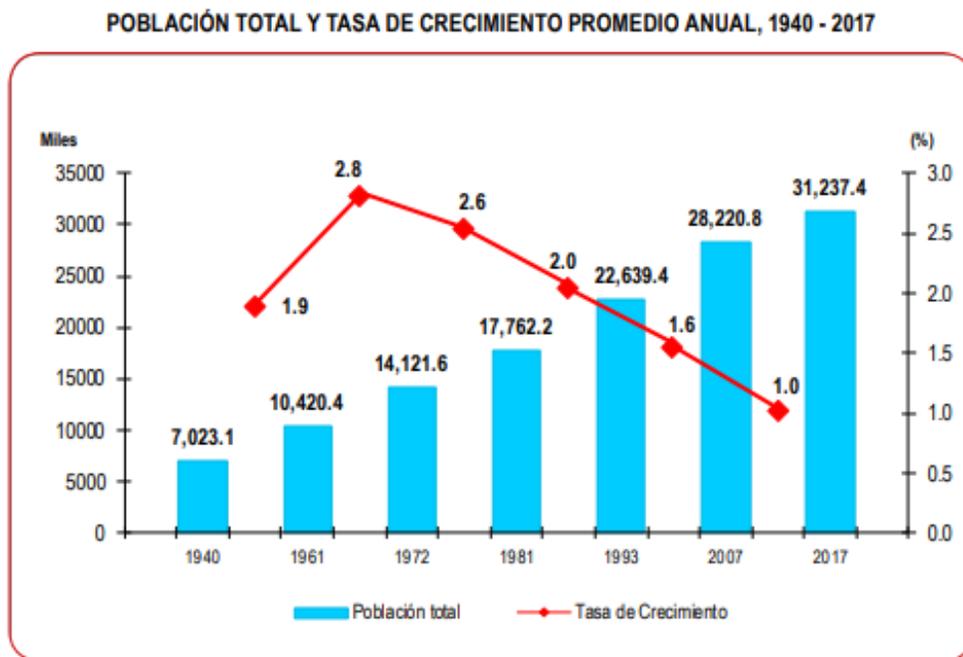


Figura 8. Población total y tasa de crecimiento promedio anual hasta el 2017. Recuperado de INEI.

2.1.2.2 Ingreso per cápita.

El Ingreso per cápita viene a ser el PBI dividido entre el número de habitantes. Hasta la fecha se calcula que el PBI per cápita en el Perú es de 21 657.64 soles. (INEI)

Año	Producto Bruto Interno		Población ¹²	Producto Bruto Interno por habitante		Tasa Anual de Crecimiento del Deflactor Implícito del PBI
	Millones de Soles	Tasas Anuales de Crecimiento		Soles	Tasas Anuales de Crecimiento	
1994	98,579	-	23,501,974	4,194	-	-
1995	120,263	22.0	23,926,300	5,026	19.8	13.6
1996	135,606	12.8	24,348,132	5,569	10.8	9.7
1997	154,905	14.2	24,767,794	6,254	12.3	7.3
1998	162,586	5.0	25,182,269	6,456	3.2	5.4
1999	169,859	4.5	25,588,546	6,638	2.8	2.9
2000	180,584	6.3	25,983,588	6,950	4.7	3.5
2001	182,527	1.1	26,366,533	6,923	-0.4	0.5
2002	192,691	5.6	26,739,379	7,206	4.1	0.1
2003	204,337	6.0	27,103,457	7,539	4.6	1.8
2004	227,935	11.5	27,460,073	8,301	10.1	6.3
2005	250,749	10.0	27,810,540	9,016	8.6	3.5
2006	290,271	15.8	28,151,443	10,311	14.4	7.7
2007	319,693	10.1	28,481,901	11,224	8.9	1.5
2008	352,719	10.3	28,807,034	12,244	9.1	1.1
2009	363,943	3.2	29,132,013	12,493	2.0	2.1
2010	416,784	14.5	29,461,933	14,147	13.2	5.7
2011	473,049	13.5	29,797,694	15,875	12.2	6.7
2012	508,131	7.4	30,135,875	16,861	6.2	1.2
2013	543,556	7.0	30,475,144	17,836	5.8	1.1
2014	570,593	5.0	30,814,175	18,517	3.8	2.5
2015P/	604,269	5.9	31,151,643	19,398	4.8	2.6
2016P/	647,707	7.2	31,488,625	20,570	6.0	3.1
2017E/	687,037	6.1	31,826,018	21,587	4.9	3.5

Figura 9. Perú: Producto Bruto Interno Total Y Por Habitante a precios corrientes. Recuperado de INEI.

2.1.2.3 Población Económicamente Activa.

Se considera Población Económicamente Activa (PEA) a todas las personas de 14 y más años que en la semana de referencia se encontraban: Trabajando, No trabajadores, pero tenían trabajo y se encontraban buscando activamente un trabajo. Para el 2017, la PEA a nivel nacional alcanzó los 17 millones 215 mil 700 personas.

Perú: Población Económicamente Activa, según ámbito geográfico, 2007, 2016 y 2017 (Miles de personas)							
Ámbito geográfico	2007	2016	2017	Incremento promedio anual 2007-2017 (Miles de personas)	Tasa de crecimiento promedio anual (%) 2007-2017	Incremento anual 2016-2017 (Miles de personas)	Variación porcentual (%) 2017/2016
Total	14 907,2	16 903,7	17 215,7	230,9	1,5	312,1	1,9
Área de residencia							
Urbana	10 688,0	13 066,1	13 396,5	270,9	2,3	330,5	2,5
Rural	4 219,2	3 837,6	3 819,2	-40,0	-1,0	-18,4	-0,5
Región natural							
Costa	8 013,1	9 331,7	9 537,9	152,5	1,8	206,2	2,2
Sierra	4 960,3	5 420,8	5 486,6	52,6	1,0	65,8	1,2
Selva	1 933,8	2 151,2	2 191,2	25,7	1,3	40,0	1,9

Figura 10. PEA según ámbito geográfico hasta el 2017.
Recuperado de INEI.

2.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

Exportación e Importación FOB: Enero 2019 (Variación porcentual)					
Variables FOB	Real 1/		Nominal		Precios FOB
	Ene.19 / Ene.18	Feb.18-Ene.19 / Feb.17-Ene.18	Ene.19 / Ene.18	Feb.18-Ene.19 / Feb.17-Ene.18	Ene.19 / Ene.18
Exportación	3,9	4,9	-7,4	5,5	-10,9
I Productos tradicionales	-4,2	0,3	-13,6	2,9	-9,8
II Productos no tradicionales	23,8	18,1	8,1	12,1	-12,7
Importación (Uso y destino)	5,3	3,4	3,2	7,8	-2,0
I Bienes de Consumo	3,7	2,6	5,0	2,0	1,2
II Materias Primas y Productos Intermedios	7,5	5,5	2,0	14,1	-5,1
III Bienes de Capital y Materiales de Construcción	3,1	0,9	4,2	2,7	1,1

Nota: Información preliminar.
1/ Base Año 2007 = 100.

Figura 11. Exportación e Importación FOB: enero 2019.
Recuperado de INEI.

De la Figura 11 se indica que, en el mes de enero de 2019, el volumen total exportado de bienes creció en 3,9% respecto a enero de 2018, explicado principalmente por los mayores

embarques de productos no tradicionales (23,8%) y atenuado por el descenso de los productos tradicionales (-4,2%). En tanto que, en términos nominales, el valor de las exportaciones (US\$ 3 679,4 millones) disminuyó en 7,4%, afectado por la baja en el precio internacional de minerales como el cobre, oro, plata refinada, plomo, hierro y zinc; así como, la harina de pescado. (INEI, 2019)

2.1.4 Producto Bruto Interno, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.

2.1.4.1 Producto Bruto Interno.

Los agentes del sistema financiero elevaron su proyección de crecimiento del producto bruto interno (PBI) del país de 3.8% a 3.9% para este año, reportó el Banco Central de Reserva del Perú (BCR). Según la última Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del BCR, las empresas no financieras mantuvieron su proyección de crecimiento para el 2019 en 4%. “El rango de crecimiento económico esperado para el 2019 fluctuará entre 3.8% y 4%; mientras que para el 2020 se espera una expansión de 4%”, refirió el ente emisor. (El Peruano, 2019)



Figura 12. Variación de la Producción Nacional.

Recuperado de (La República).

2.1.4.2 Tasa de Inflación.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la inflación del 2018 fue la cuarta más baja en los últimos 10 años. Además, superó en 0,83 puntos porcentuales a la del 2017, en línea con la reversión del choque de oferta negativo que afectó el agro, debido a El Niño costero.

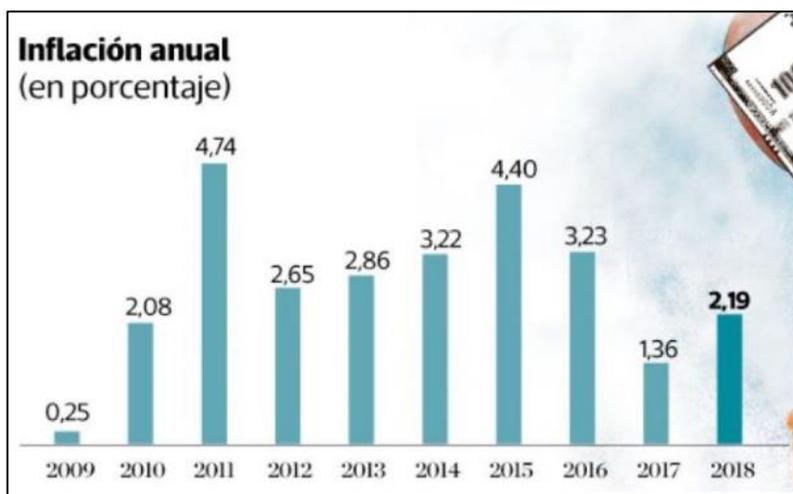


Figura 13. Porcentaje de inflación anual.

Recuperado de (El Comercio).

2.1.4.3 Tasa de interés.

El Directorio del BCRP mantuvo la tasa de interés de referencia en 2,75 por ciento entre setiembre y diciembre del 2018. Estas decisiones estuvieron en línea con los últimos comunicados de política monetaria en los que el Directorio reiteró que “considera apropiado mantener la posición expansiva de la política monetaria en tanto las expectativas de inflación permanezcan ancladas en un entorno en el que el nivel de actividad económica se encuentre debajo de su potencial”. Como resultado de estas acciones de política monetaria, la tasa de interés real se ubicó alrededor de 0,3 por ciento en este periodo, por debajo de su nivel neutral estimado en 1,75 por ciento.

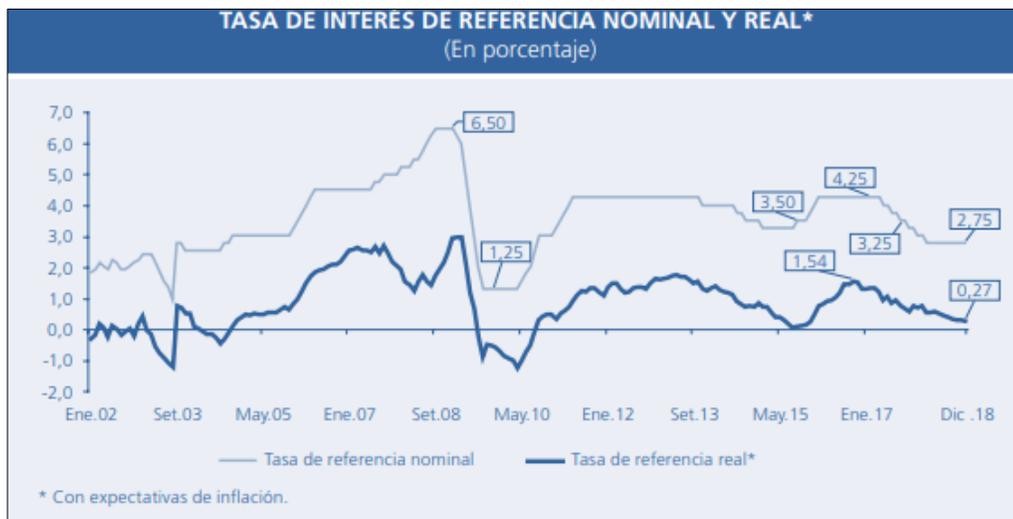


Figura 14. Tasa de interés de referencia nominal y real.
Recuperado de (BCRP).

TASAS DE INTERÉS EN MONEDA NACIONAL (En porcentaje)						
	Dic.17	Mar.18	Jun.18	Set.18	Nov.18	
Pasivas	Depósitos hasta 30 días	3,0	2,7	2,9	2,7	2,9
	Depósitos a plazo de 31 a 180 días	3,3	3,0	2,8	3,4	3,5
	Depósitos a plazo de 181 a 360 días	3,6	3,2	3,3	3,6	3,6
Activas	Preferencial Corporativa 90 días	3,6	3,1	3,6	3,9	4,2
	Corporativos	4,0	3,8	4,3	4,3	4,8
	Grandes Empresas	6,2	6,4	6,3	6,2	6,5
	Medianas Empresas	9,7	9,8	9,3	10,3	9,6
	Pequeñas Empresas	19,8	19,8	19,1	19,1	18,9
	Consumo	48,6	43,9	41,7	41,1	43,6
Hipotecario	7,7	7,4	7,3	7,5	7,5	

Fuente: SBS.

Figura 15. Tasa de interés en moneda nacional.
Recuperado de (BCRP).

2.1.4.4 Tipo de cambio.

Marzo - 2019											
Tipo de cambio publicado al :											
Día	Compra	Venta	Día	Compra	Venta	Día	Compra	Venta	Día	Compra	Venta
1	3.300	3.305	2	3.303	3.307	5	3.308	3.312	6	3.310	3.313
7	3.307	3.310	8	3.308	3.311	9	3.312	3.315	12	3.307	3.310
13	3.300	3.303	14	3.290	3.292	15	3.294	3.297	16	3.296	3.299
19	3.297	3.301	20	3.300	3.301	21	3.291	3.294			

Figura 16. Tipo de cambio en el Perú.
Recuperado de (SUNAT).

El analista del Departamento de Estudios Económicos del SCOTIABANK, Mario Guerrero, afirmó que los fundamentos económicos del Perú para el 2019 (crecimiento económico de 4%, inflación de 2.5%, déficit fiscal de 2% del PBI, déficit en cuenta corriente de 2.2% del PBI, nivel de reservas internacionales estables) deberían ayudar a corregir la sobrereacción del tipo de cambio vista en el 2018. (GESTION) .

2.1.4.5 Riesgo país.

América Latina		
Riesgo País-EMBIG		
Puntos básicos (Pbs) al 19 de Enero del 2017		
	País	Riesgo (Pbs)
1	Chile	149
2	Perú	151
3	Panamá	167
4	Colombia	211
5	Uruguay	225
6	Brasil	296
7	México	313
8	Rep. Dominicana	377
9	Argentina	461
10	El Salvador	520
11	Ecuador	619
12	Venezuela	2,070

Fuentes: BCRP y BCRD Elaboración: Desarrollo Peruano

Figura 17. Riesgo País.

Recuperado de (BCRP).

Hasta la fecha el riesgo país de Perú cerró la sesión en 1.10 puntos porcentuales, ajustado después del cierre, sin variación respecto a la sesión anterior, según el EMBI+ Perú calculado por el banco de inversión JP Morgan.

Perú (1.10 puntos porcentuales) reportó el riesgo país más bajo de la región, seguido de Chile (1.32 puntos), Colombia (1.85 puntos) y México (1.97 puntos). (GESTION)

2.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

- Ley Nro. 29459. Ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios. Diario El Peruano, 26 de noviembre de 2009.
- Directiva Administrativa N° 162-2010-DIGEMID del Ministerio de Salud supervisa a los laboratorios con planta de fabricación en Perú y registra como importadores o droguerías a las filiales de los laboratorios extranjeros.
- Certificación de buenas prácticas de manufactura en laboratorios nacionales y extranjeros. El diario peruano, 16 de junio de 2010.

- Resolución Nro. 797 Reglamento de la Decisión 516 sobre Control y Vigilancia Sanitaria de Productos Cosméticos.
- Decisión 705 Circulación de muestras de productos cosméticos sin valor comercial.
- Cosmética Natural y Ecológica ECOCERT.
- Resolución Ministerial N. ° 002-2001-SA/DM Aprueba la "Guía de Inspección para Establecimientos de Fabricación de Cosméticos"

2.1.6 Del Sector (últimos 5 años).

2.1.6.1 Mercado internacional.

El sector de productos cosméticos finalizó con un valor de US\$ 532.43 mil millones en el año 2017, pero se espera que para el año 2023 registrará US\$ 605.61 mil millones, el crecimiento promedio sería de 7,14% durante 2018-2023. También, se evidencia que la industria de cosméticos y los productos de belleza a nivel mundial es un sector estable e inmune a los altibajos. Las ventas a nivel mundial, solo se ven afectadas en caso de crisis económicas, esto debido al creciente uso de cosméticos y productos de belleza en mujeres y cada vez más en los hombres.



Figura 18. Tamaño de la industria de belleza y cuidado personal por categorías 2017 (Millones US\$).

Recuperado de Euro monitor Forecast (2018).

En la Figura 18, se observa que una de las categorías que más sobresale es la de protección de la piel. Esto revela que hombres y mujeres cuidan y ponen más interés en la hidratación de la piel, control de la grasa, acné, manchas, brillo, ojeras, etc.

En la Figura 18, podemos notar que ya hay un alto porcentaje en protección solar puesto que nos preocupamos por nuestra salud y somos conscientes del fuerte impacto del cambio climático, siendo irrelevantes otros aspectos como el auto-bronceado.

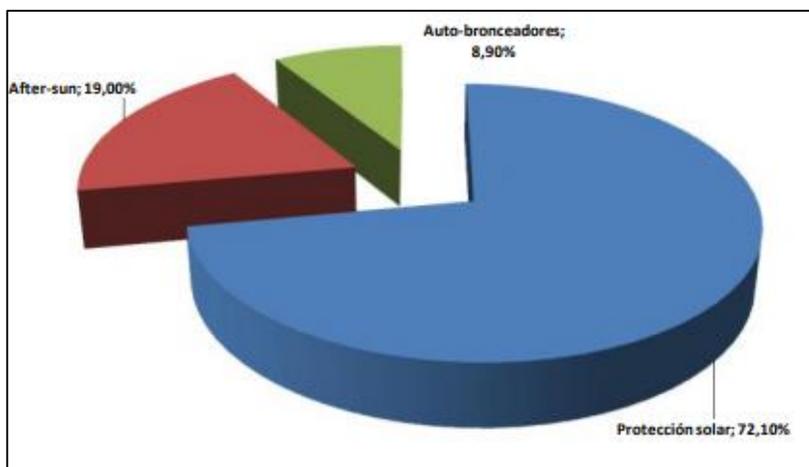


Figura 19. Distribución del gasto en protección solar en el mundo.
Recuperado de (Constanza Business & Protocol School, 2017).

En la Figura 20 se puede observar que los países que más gastan en protección solar en el mundo son Estados Unidos, Brasil, China, Corea del Sur y Reino Unido, con unas cifras de gasto de 1.565, 1.288, 784, 598 y 421 millones de euros respectivamente.

	2011	2012	2013	2014	2015	Variación 11 - 15	Variación 14 - 15
Alemania	236	240	244	249	253	7,03%	1,73%
Australia	55	55	55	56	56	1,27%	0,54%
Bélgica	45	46	48	49	50	11,28%	2,86%
Brasil	797	897	1.011	1.140	1.288	61,56%	12,92%
Canadá	109	115	123	131	139	28,29%	6,50%
China	514	571	634	705	784	52,47%	11,23%
Colombia	20	22	23	23	25	21,29%	6,06%
Corea del Sur	492	516	541	569	598	21,47%	5,15%
EEUU	1.364	1.411	1.460	1.512	1.565	14,72%	3,53%
España	232	234	236	238	240	3,75%	0,97%
Francia	368	374	381	388	395	7,31%	1,83%
Holanda	76	79	83	87	91	20,48%	4,83%
India	33	38	44	51	58	75,00%	15,05%
Irlanda	9	9	9	9	10	11,76%	2,15%
Italia	398	401	404	407	410	3,14%	0,81%
Japón	208	215	223	231	239	15,00%	3,73%
México	70	76	82	88	95	35,14%	7,95%
Nueva Zelanda	9	9	10	10	10	14,61%	3,03%
Portugal	14	14	14	14	15	7,41%	2,11%
Reino Unido	396	402	408	415	421	6,34%	1,57%
Rusia	54	62	71	82	95	77,05%	15,59%
Sudáfrica	18	19	21	23	24	37,29%	8,00%
Turquía	21	22	23	25	27	29,61%	6,80%
Global	6.285	6.625	7.002	7.419	7.879	25,38%	6,21%

Figura 20. Gasto en protección solar en el mundo.

Recuperado de (Constanza Business & Protocol School, 2017).

En la Figura 20 se observa que los países en los que se consume una mayor cantidad de productos de protección solar son Brasil, EE. UU., Italia, Corea del Sur y Reino Unido, con 169, 161, 35, 30 y 29 millones de unidades respectivamente. Por el contrario, los países que muestran las cifras de consumo más modestas son Irlanda, Colombia, Turquía, Nueva Zelanda y Portugal con 0,8, 1,1, 1,3, 1,8 y 2,2 millones de unidades respectivamente.

	2011	2012	2013	2014	2015	Variación 11 - 15	Variación 14 - 15
Alemania	16,8	17,1	17,4	17,6	17,9	6,55%	1,70%
Australia	5,3	5,3	5,3	5,4	5,4	1,89%	0,00%
Bélgica	5,8	6,0	6,1	6,2	6,4	10,34%	3,23%
Brasil	108,7	121,2	135,3	151,3	169,3	55,75%	11,90%
Canadá	8,6	9,0	9,5	10,0	10,5	22,09%	5,00%
China	14,6	16,1	17,8	19,6	21,7	48,63%	10,71%
Colombia	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	10,00%	0,00%
Corea del Sur	26,3	27,2	28,3	29,3	30,5	15,97%	4,10%
EEUU	145,7	149,3	153,1	157,0	161,1	10,57%	2,61%
España	18,7	18,8	19,0	19,1	19,3	3,21%	1,05%
Francia	19,8	20,1	20,5	20,8	21,2	7,07%	1,92%
Holanda	7,4	7,7	8,1	8,5	8,9	20,27%	4,71%
India	13,9	15,6	17,4	19,5	21,9	57,55%	12,31%
Irlanda	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,00%	0,00%
Italia	34,5	34,7	34,9	35,2	35,4	2,61%	0,57%
Japón	21,1	21,5	22,0	22,5	23,0	9,00%	2,22%
México	15,4	16,5	17,6	18,9	20,3	31,82%	7,41%
Nueva Zelanda	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8	12,50%	0,00%
Portugal	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	0,00%	0,00%
Reino Unido	27,5	28,0	28,4	28,9	29,4	6,91%	1,73%
Rusia	4,6	5,3	6,0	6,9	7,9	71,74%	14,49%
Sudáfrica	2,3	2,4	2,6	2,7	2,9	26,09%	7,41%
Turquía	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3	30,00%	8,33%
Global	594,4	625,2	659,2	696,7	738,0	24,16%	5,93%

Figura 21. Consumo en protección solar en el mundo.

Recuperado de (Constanza Business & Protocol School, 2017).

Según las Figura 20 y 21 para el año 2015 existirá un aumento en el gasto y de consumo más que todo en el cuidado de la piel, como se sabe al transcurrir el paso del tiempo la capa de ozono se deteriora a causa del calentamiento global y por ello los rayos UVB y UVA entren con mayor facilidad a la atmósfera por ende son más perjudiciales. Es así como se generará una inversión respecto a la protección solar y a la vez inmediatamente el consumo por la misma acción, generando un aumento de demanda favorable y además impactando indirectamente a la parte ambiental.

Mientras tanto en el Perú se refleja que el Mercado Potencial para este tipo de productos tiene favorables beneficios, los cuales pueden gracias a la gran oportunidad de generar ingresos sustanciales, junto al gran porcentaje que tiene el Mercado Virgen el cual encapsula a un mercado cautivo.

2.1.6.2 Mercado del consumidor.

En el mundo, el perfil de los consumidores está en constante cambio, se registró que el consumo de productos para protección solar se ha incrementado, esto también va motivado por las iniciativas que ofrecen las marcas líderes del sector. La tendencia por la concientización del cambio climático y sin dejar de lado la personalización de productos, incita a que las empresas ofrezcan una gran variedad de protectores solares que cubran todas las necesidades del consumidor con diferentes factores de textura y protección. Hasta la fecha los bloqueadores faciales se catalogan como los “reyes” del sector.

De acuerdo a las declaraciones de Ángel Acevedo, presidente de la COPECOH (Comité Peruano de cosmética e Higiene. Las mujeres peruanas tienden a gastar US\$ 540 al año en productos cosméticos.

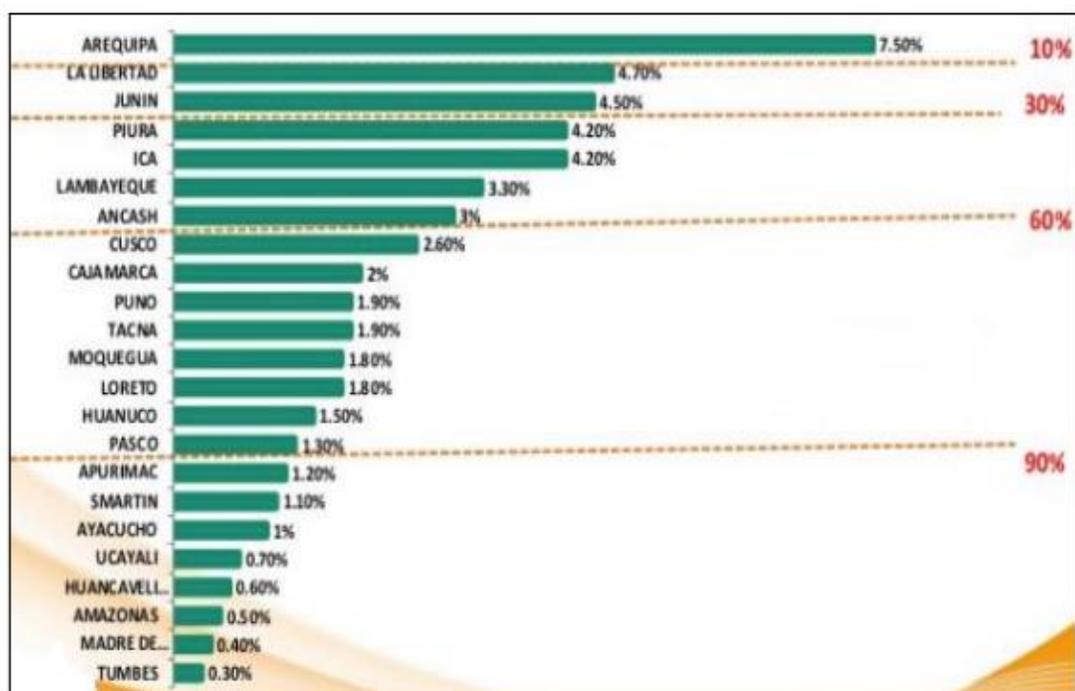


Figura 22. Consumo de Cosméticos e Higiene personal por departamentos (2017).

Recuperado de (Avalos, Ibarra, Ravello, Rios, & Rodriguez, 2018).

En la Figura 22, se observa que Arequipa se ubica en primer lugar con un 7.5%. Los factores que determinan el consumo están dados por el clima que acechan dichos departamentos por lo que las personas se ven en necesidad de consumirlos. Estas cifras mostradas ya se venían afirmando tiempo atrás, ya que para el año 2013 el mercado de cosméticos del Perú creció

entre el 8% y el 9%, mientras que en las provincias la tasa fue del 14%, incluido Arequipa, Trujillo y Piura, entre otra.

2.1.6.3 Mercado de proveedores.

El Perú al ser un país biodiverso ofrece productos naturales tanto únicos como de alta calidad que en la actualidad se encuentran en la mira de la industria estadounidense de cosméticos naturales u orgánicos. (Gestión, 2019)

Los proveedores de la caléndula se encuentran con una creciente proyección industrial en diferentes sectores. En el Perú existen diversos proveedores de caléndula en el departamento de Lima, la Libertad y Piura. En el caso de semillas de frambuesa son en Cajamarca, Huánuco, Ancash, Arequipa y Lima.

Para ello, al seleccionar a nuestros proveedores, se debe hacerlo rigurosamente y tomando en cuenta varios criterios como la experiencia en el mercado, calidad, costos competitivos, tiempo de entrega, entre otros.

2.1.6.4 Mercado competidor.

La alta competencia en este sector es relevante, porque hay productos importados que se comercializan en el Perú y empresas productoras de cosméticos que elaboran productos para el cuidado de la piel. Los competidores actuales son Unique, Avon, Natura, Belcorp (Esika, Cyzone, L' bel) y Oriflame. También, tenemos las empresas que se han enfocado a la producción con productos naturales sustituyendo a insumos convencionales. Las empresas con mayor posicionamiento en el mercado en la elaboración de productos naturales son Santa Natura, Fito Sana, Bioderma, y Eucerin.

2.1.6.5 Mercado distribuidor.

Nuestro bloqueador Hidratante Anti – Age, se venderá a través de distintos puntos de venta como cadenas de farmacia de Inka farma y Mi farma. Las empresas del sector cosmético e higiene personal se distribuyen también a través de E-Commerce. Se busca que nuestro producto sea ofrecido en mercados de tiendas de productos naturales, como también en ferias de productos orgánicos, aprovechando la alta demanda en fechas festivas.

2.1.6.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

- Ley N° 26887 – Ley General de Sociedades, que promueven el ordenamiento y formalización comercial. Dando las pautas para identificar el tipo de sociedad que conformarán los socios que integran el negocio. Conforme a lo indicado por la Ley

General de Sociedades, consideramos que nuestro proyecto será una Sociedad Anónima Cerrada.

- Ley N° 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, cuya finalidad es establecer las disposiciones legales para el procedimiento que deben seguir las Municipalidades para otorgar licencias de funcionamiento.
- Decreto legislativo N° 728: Ley 25327, materias vinculadas con el fomento del empleo.
- Decreto Legislativo N° 943 – Ley del Registro Único de Contribuyentes.
- Decreto Legislativo N° 1086: Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y del acceso al empleo decente, Ley MYPE.

2.2 Análisis del Microentorno

Utilizaremos las Fuerzas de Michael Porter, esto nos permitirá obtener el conocimiento de la empresa en términos rentables que tan o más complicado puede ser.

2.2.1 Competidores actuales: Nivel de Competitividad.

Para poder realizar un correcto estudio de los competidores actuales, tenemos que analizar el mercado local (nacional) donde encontraremos una demanda creciente, por el consumo de bloqueadores con ingredientes naturales.

De acuerdo a COPECOH (2018), la categoría de fragancias e higiene personal creció un 6% en el año 2017. Las principales tendencias en la industria son el alargamiento del tiempo de vida de los ingredientes naturales, la transformación o desarrollo del consumidor y la distensión del consumo.

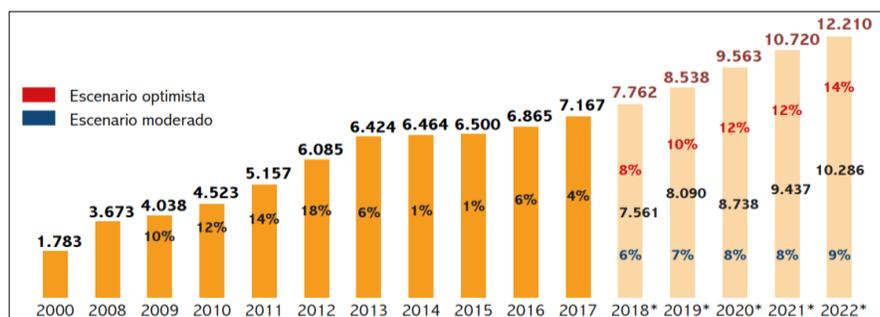


Figura 23. Tendencia y proyección del mercado de cosméticos e higiene al 2022 (S/. Millones).

Recuperado de COPECOH – CCL.

Actualmente, los competidores de bloqueadores solares con productos naturales que se encuentran en el mercado nacional son los siguientes:

Tabla 2
Productos Competidores.

Nombre	Presentación	Propuesta de valor	Fortalezas	Debilidades	Precio
YAUVANA (Bloqueador Protector Solar Natural)	Factor 30 SPF – 100 ml	Ofrece protección solar, protege de los rayos UVB sin ingredientes tóxicos	Brinda protección efectiva ante las exposiciones prolongadas		S/57.80
BADGER	Factor 35 SPF – 87 ml	Seguro y eficaz para la familia UVA/UVB, biodegradable 98% ingrediente orgánico	Protección de amplio espectro, propiedades beneficiosas que hidratan la piel	Precios altos	S/. 75.00
DERMA – E	Factor 30 SPF – 56 g	Dedicados al cuidado eco ético de la piel. 100% vegano, sin soya.	Brinda una defensa antioxidante anti-age. Ayuda a proteger de los rayos dañinos UVA/UVV. Hipo alérgico y sin perfumes	Necesidad de marketing para un público más amplio	S/. 71.90
ALBA BOTANICA	Factor 30 SPF – 113 g	Protección mineral. ingredientes vegetarianos sin fragancia	Libre de parabeno. Protección de UVA/UVB de larga duración. El aloe vera orgánico certificado y la manzanilla hidratan, calman y suavizan la piel	Poca accesibilidad para adquirirla	S/. 53.30
DE VITA	Factor 30 SPF – 210 ml	Cuidado natural, piel libre de parabeno, 100% vegano	100% vegano. Especializado en productos terapéuticos naturales de alta tecnología	Poca accesibilidad para adquirirla	S/. 93.90

Nota Elaboración propia.

En la tabla 02, se muestra un breve análisis de los principales competidores y sus respectivos precios. Si bien estos bloqueadores no son conocidos de manera comercial, sí son conocidos por un público más selecto que se encuentra en busca de protectores solares con ingredientes naturales. Es por ello que el nivel de competitividad es MEDIO.

2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes.

Consideramos que la fuerza negociadora de los clientes es Bajo. Optamos, por la segunda estrategia genérica que es la diferenciación del producto ante los ojos de nuestros clientes, aquí el poder de negociación es bajo ya que hay muchos clientes y la capacidad del precio se mantiene. Por lo tanto, su fuerza negociadora es baja. En el mercado existe una menor cantidad de vendedores y una mayor cantidad de compradores. Analizando todos estos factores en conjunto, se puede afirmar que la fuerza negociadora de los clientes sería **BAJO**.

2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

Los proveedores son importantes para toda empresa, es por ello que analizaremos el impacto que tienen los proveedores sobre nosotros. Los insumos que se usarán en la elaboración del bloqueador hidratante anti-age, no son tan fáciles de obtener y la podemos clasificar en dos grupos:

a. Proveedores de materia prima

Aceite de caléndula, la fuerza negociadora de proveedores del aceite de la caléndula que nos abastecerán es **MEDIA**.

Proveedores nacionales que elaboran estos aceites:

- ✓ OMNICHEM SAC
 - RUC: 22046194888
 - Dirección: Calle urcon124 INT. 3 C.C. Monterrico – Santiago de Surco
 - Teléfono: 511- 248 3548 / WEB
 - WWW.OMNICHEMSAC.COM

- ✓ INSUQUIMICA SAC
 - RUC: 20510921128
 - Dirección: Jr. Vara de oro 186 Zarate – SJL
 - TELF: 511-719 6949 / WEB: WWW.INSUQUIMICA.COM

- ✓ IDSA SA
 - RUC: 20050719751
 - Dirección: Calle Zaragoza 250 Urb. San Martin de Pueblo Libre
 - Teléfono: 511-517 8757 / WEB: WWW.IDSAPERU.COM

Aceite de semilla de frambuesa, la fuerza negociadora de proveedores del aceite de semilla de frambuesa en nuestro mercado nacional la consideramos ALTA; ya que la producción de este fruto solo se da dos veces al año entre los meses de mayo y setiembre. Entre los proveedores que nos abastecerán son los siguientes:

- ✓ CORPORACION LIDER PERU SA
 - RUC: 20517482472
 - Dirección: Calle Leoncio Prado 446 Surquillo
 - Teléfono: 242 6229
 - WEB: WWW.CORPORACIONLIDERPERU.COM
- ✓ MERCADO LIBRE

b. Proveedores de envasado:

Envase, la fuerza negociadora de proveedores de envasado es **BAJO**, ya que en este sector se encuentra una gran variedad de diseños y tamaños. Entre las principales encontramos los siguientes:

- ✓ EUROPLAST SAC
 - RUC: 20100277213
 - Dirección: Cal. los Hilanderos Nro. 151 UBR. Vulcano 2da Etapa (Ex Calle C) ATE - LIMA
 - Teléfono: 511 348 0886 / WEB: WWW.EUROPLAST.PE
- ✓ ENVASES Y ENVOLTURAS S.A.
 - RUC: 20100182859
 - Dirección: Calle 2 Mz. C LT. 1 sector Granja El Lúcumo Lurín
 - Teléfono: 201 5660 / WEB: www.envasesyenvolturas.com

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.

Nuestra amenaza de productos sustitutos lo podemos dividir en dos sectores como:

A. Productos sustitutos directos

La amenaza de estos productos es **BAJA**, porque en el mercado no podemos encontrar bloqueadores naturales que puedan suplir todos los beneficios que pueda requerir el cuidado de nuestra piel.

B. Productos sustitutos indirectos

La amenaza de estos productos indirectos se considera **ALTA**, ya que en el mercado existen productos que ofrecen la misma función de bloquear, pero están hechos con insumos naturales y químicos, por esta razón en este caso consideramos la amenaza de estos productos sustitutos Alta.

Tabla 3
Productos sustitutos

Producto	Presentación	Precio
NIVEA SUN	Factor 50 SPF – 200 ml	S/. 54.90
BANANA BOAT	Factor 50 SPF – 170 g	S/. 55.90
HAWAIIAN TROPIC	Factor 50 SPF – 150 ml	S/. 59.00
BIOBLOCK	Factor 50 SPF – 230 ml	S/. 50.00

Nota Elaboración propia.

2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada.

La inversión inicial para este producto es **BAJO** y el acceso a proveedores y canales de distribución es más accesible a nuestro público objetivo; otro punto a considerar sería el otorgamiento de los registros sanitarios a los productos realizados por DIGEMID, el cual puede demorar entre dos semanas y 10 meses por lo tanto el ingreso al mercado de cuidado personal es complicado. Por estos factores podemos concluir que nuestra barrera de entrada es BAJA.

Capítulo III. Plan estratégico

3.1 Visión y misión de la empresa.

3.1.1 Visión.

Ser una compañía líder a base de productos naturales, mediante la innovación desarrollando soluciones naturales del más alto nivel y teniendo un firme compromiso con nuestros clientes en el cuidado de la piel.

3.1.2 Misión.

Somos una empresa nacional dedicada a la elaboración de productos naturales con óptima eficacia, calidad y libres de agentes contaminantes a la salud; que brinda el mayor cuidado dermatológico a nuestro cliente objetivo comprometidos con la responsabilidad ambiental y social.

3.2 Análisis FODA

Fortalezas.

- F1: La empresa cuenta con financiamiento propio.
- F2: Conocimiento de procesos productivos para la obtención del producto final.
- F3: Contamos con una propuesta con diferenciación en el mercado.
- F4: Uso de insumos naturales para la preparación de los productos.

Oportunidades.

- O1: El cáncer de piel ocupa el cuarto lugar de frecuencia a nivel nacional
- O2: Tendencia al consumo de productos naturales.
- O3: Protectores solares que no cumplen su función.
- O4: Crecimiento en el mercado de cosméticos e higiene personal en un 19% entre el 2018 y 2021

Debilidades.

- D1: Se presenta una limitada exposición del producto y marca.
- D2: Existe poca inversión para el mercadeo y posicionamiento de marca
- D3: La marca es nueva y no está posicionada en el mercado.
- D4: No se cuenta con una Base de clientes instalada.

Amenazas.

- A1: Plagas que amenazan el crecimiento la caléndula

- A2: Variedad de marcas para la protección solar de la piel.
- A3: Lealtad de los consumidores por marcas ya conocidas.
- A4: Entrada de nuevos competidores con costos más bajos y otras alternativas de innovación (arribo de empresas transnacionales).

3.2.1 FODA.

En la Tabla 4 se muestra el análisis FODA de la empresa BIO LIFE.

Tabla 4
FODA.

		OPORTUNIDAD	AMENAZAS
Análisis FODA		<p>O1 El cáncer de piel ocupa el cuarto lugar de frecuencia a nivel nacional</p> <p>O2 Tendencia al consumo de productos naturales.</p> <p>O3 Protectores solares que no cumplen su función.</p> <p>O4 Crecimiento en el mercado de cosméticos e higiene personal en un 19% entre el 2018 y 2021</p>	<p>A1 Plagas que amenazan el crecimiento la caléndula</p> <p>A2 Variedad de marcas para la protección solar de la piel</p> <p>A3 Lealtad de los consumidores por marcas ya conocidas</p> <p>A4 Entrada de nuevos competidores con costos más bajos y otras alternativas de innovación (arribo de empresas transnacionales)</p>
FORTALEZA		FO	FA
F1	La empresa cuenta con financiamiento propio.	F1 – O4: El mercado de donde nos encontramos es un mercado rentable, pero de gran inversión, sin embargo, tenemos los medios necesarios para poder financiar el proyecto.	F1 – A3: Aprovecharemos el capital propio para poder llegar a los consumidores que ya tienen marcas posicionadas, invitándolos a charlas informativas, muestras del producto, eventos, etc.
F2	Conocimiento de procesos productivos para la obtención del producto final.	F2 – O1: Contamos con amplio conocimiento en la elaboración del producto y sabemos que debe ser un producto con alta protección para evitar enfermedades como el cáncer de piel. Con esto las personas confiarán en nuestro producto.	F2 – A1: Nuestro conocimiento en toda la producción y obtención de insumos del producto nos permitirá anticiparnos a la falta de materias primas esenciales. De esta manera podremos afrontar este factor externo.
F3	Contamos con una propuesta con diferenciación en el mercado.	F3 – O3: La estrategia de diferenciación (estrategia genérica) nos permitirá acceder a los clientes de manera rápida, ya que los protectores solares que se encuentran en el mercado no son beneficiosos generalmente.	F3 – A4: La diferenciación de nuestro producto evitará que la entrada de competidores genere un gran impacto, ya que lo que busca nuestro consumidor es un producto natural, confiable, y que funcione.
F4	Uso de insumos naturales para la preparación de los productos.	F4 – O2: Nuestro producto será elaborado con productos naturales, lo cual nos facilitará el acceso al mercado objetivo, puesto que la tendencia de consumo de productos naturales se incrementa cada vez más.	F4 – A2: En el mercado existen muchas marcas de protectores solares, sin embargo, no todas cuentan con insumos naturales, lo que nos da una ventaja sobre la gran cantidad de productos ofertados en el mercado.
DEBILIDADES		DO	DA
D1	Se presenta una limitada exposición del producto y marca.	D1 – O1: Nuestro producto presenta beneficios que pocos poseen, por lo tanto, aprovecharemos las campañas contra enfermedades a la piel para poder exhibir nuestro producto.	D1 – A1: Los factores externos son perjudiciales, sin embargo, expandiremos la línea de nuestro producto para poder ofrecer variedad a nuestros clientes y no depender de un solo insumo.
D2	Existe poca inversión para el mercadeo y posicionamiento de marca	D2 – O2: La publicidad del producto se verá reforzada por la actual tendencia de los productos naturales. Es por ello por lo que la exposición del producto a redes sociales e internet será suficiente.	D2 – A3: Si bien no tenemos inversión destinada a publicidad, podemos revertir esto utilizando medios gratis como redes sociales. De esta manera atraeremos a los clientes que ya cuentan con una marca preferida.
D3	La marca es nueva y no está posicionada en el mercado.	D3 – O3: Aprovecharemos las desventajas de los productos que se encuentran posicionados en el mercado para poder fortalecer nuestra marca, ofreciendo lo que otras marcas no pueden brindar,	D3 – A4: Nuestra marca al ser nueva no tendrá el posicionamiento esperado en los clientes, sin embargo, sus atributos impedirán que nuestro público acceda a productos con precios bajos y con insumos químicos.
D4	No se cuenta con una Base de clientes instalada.	D4 – O4: Debido a que existe una gran demanda en el sector, no será necesario contar con una base de clientes.	D4 – A2: No será necesario contar con una lista de clientes para poder competir con las diversas marcas que existen en el sector. Crearemos esa cartera de clientes en el tiempo.

Nota Elaboración propia

3.3 Objetivos.

3.3.1 Objetivo General.

Estar posicionado en el mercado con nuestro bloqueador con insumos naturales, y promover el uso de durante todo el año, sea ante la exposición al sol y/o en un lugar cerrado, para poder prevenir el cáncer a la piel.

3.3.2 Objetivos Específicos.

- Tener un crecimiento de venta anual por un 15%.
- Recuperar la inversión en un plazo no mayor de 3 años.
- Lograr la implementación de un local de venta propio en un año.
- Difusión de nuestro producto en el mercado local utilizando para ello las redes sociales y la publicidad en internet.
- Así como también crear y gestionar una página web.
- Implementación de marketing digital al 100% al año.

Capítulo IV. Estudio de Mercado

4.1 Investigación de mercado

4.1.1 Criterios de segmentación.

El método exploratorio de tipo no probabilístico. Busca que la muestra sea representativa siguiendo determinados criterios de juicio. Se ha desarrollado la entrevista de profundidad y focus group como primer paso. Posterior a ello la encuesta, investigación cuantitativa, para el mercado objetivo seleccionado.

Objetivo General: delimitar el mercado objetivo

Objetivos específicos:

- Analizar nuestros canales de distribución de nuestro producto.
- Determinar el efecto de consumidor hacia nuestro producto.
- Determinar nuestro mercado disponible, mercado potencial y mercado efectivo.

4.1.1.1 Segmentación Geográfica.

Las zonas seleccionadas para el proyecto son los distritos de Lima zonas 6 y 7. Esta zona está conformada por 10 distritos: La Molina, Santiago de Surco, San Isidro, San Borja, Miraflores, Jesús María, Pueblo Libre, Lince y San Miguel. Los distritos mencionados, según APEIM (2018).

Tabla 5
Población de distritos de Lima de la Zona 6 y 7.

Distritos	2015
La Molina	171,646
Santiago de Surco	344,242
San Isidro	54,206
San Borja	111,928
Miraflores	81,932
Jesús María	71,589
Pueblo Libre	76,114
Lince	50,228
San Miguel	135,506
Magdalena del Mar	54,656

Nota Elaboración propia.

4.1.1.2 Segmentación Demográfica.

Hombre y mujeres de 30 a 59 años de ingresos mayores a S/ 5000.00 soles.

Tabla 6

Rango de edades distribuidas por distritos.

Distritos	30-59 años
La Molina	42.36%
Santiago de Surco	42.54%
San Isidro	43.18%
San Borja	42.07%
Miraflores	44.09%
Jesús María	41.56%
Pueblo Libre	41.28%
Lince	43.65%
San Miguel	41.59%
Magdalena del Mar	42.10%

Nota: Elaboración propia.

4.1.1.3 Segmentación Socioeconómica.

Personas del nivel socioeconómico A y B de la zona 6 y 7 de Lima.

Tabla 7

Distribución de zonas por NSE.

Distrito	A	B	AB
La Molina	35.90%	43.20%	79.10%
Santiago de Surco	35.90%	43.20%	79.10%
San Isidro	35.90%	43.20%	79.10%
San Borja	35.90%	43.20%	79.10%
Miraflores	35.90%	43.20%	79.10%
Jesús María	16.20%	58.10%	74.30%
Pueblo Libre	16.20%	58.10%	74.30%
Lince	16.20%	58.10%	74.30%
San Miguel	16.20%	58.10%	74.30%
Magdalena del Mar	16.20%	58.10%	74.30%

Nota Elaboración propia.

4.1.1.4 Segmentación Psicográfica.

Los perfiles de nuestros clientes encajan en los estilos de vida de lo sofisticado y lo moderno definido por la consultoría Arellano. Para el primer estilo, su preocupación por su arreglo personal y la atracción por productos innovadores; y para el caso del grupo de las modernas, su propensión a las compras como una actividad cotidiana y la importancia que le dan a la estética, los hacen potenciales clientes para nuestro producto.

4.1.1.5 Segmentación Conductual.

Los aspectos que deben primar en nuestros consumidores son del beneficio y frecuencia de uso, estos se obtendrán demostrando los beneficios que trae el producto dedicado a la belleza y protección de la piel buscando que se concienticen para que su uso sea habitual.

4.1.2 Marco Muestral

Son hombres y mujeres del nivel socioeconómico A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana entre 30 a 59 años. El análisis se basa a la información APEIM. Usamos la técnica no probabilística por cuota para poder obtener los resultados.

4.1.2.1 Cálculo del tamaño de la muestra.

Tabla 8

Población proyectada en personas 2019 – 2024.

	Población en personas 2015	2019	2020	2021	2022	2023	2024
La molina	171,646	178,616	180,402	182,206	184,028	185,868	187,727
Surco	344,242	358,220	361,802	365,420	369,074	372,765	376,493
San isidro	54,206	56,407	56,971	57,541	58,116	58,697	59,284
San Borja	111,928	116,473	117,638	118,814	120,002	121,202	122,414
Miraflores	81,932	85,259	86,112	86,973	87,843	88,721	89,608
Jesús maría	71,589	74,496	75,241	75,993	76,753	77,521	78,296
Pueblo libre	76,114	79,205	79,997	80,797	81,605	82,421	83,245
Lince	50,228	52,267	52,790	53,318	53,851	54,390	54,934
San miguel	135,506	141,008	142,418	143,842	145,280	146,733	148,200
Magdalena del mar	54,656	56,875	57,444	58,018	58,598	59,184	59,776
Total	1,152,047	1,198,826	1,210,815	1,222,922	1,235,150	1,247,502	1,259,977

Nota INEI.

Una vez proyectada la población se procede a desagregar la muestra en base a los factores sociodemográficos antes mencionados, obteniendo así el número de encuestas a realizar por distrito.

Tabla 9

Población proyectada en personas 2019 por edades.

Distrito	Población 2019	A	B	Factor NSE	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	Total edad (30-59)	Mercado Potencial 2019	% de cuota	Cuota distribuida
La molina	178,616	35.90%	43.20%	79.10%	7.57%	7.82%	6.96%	6.97%	7.05%	5.99%	42.36%	59,852	15.20%	15
Surco	358,220	35.90%	43.20%	79.10%	7.76%	8.13%	7.13%	7.20%	6.76%	5.56%	42.54%	120,533	30.61%	31
San isidro	56,407	35.90%	43.20%	79.10%	6.84%	7.50%	7.23%	7.40%	7.68%	6.53%	43.18%	19,264	4.89%	5
San Borja	116,473	35.90%	43.20%	79.10%	7.72%	7.85%	6.83%	6.86%	6.88%	5.93%	42.07%	38,763	9.84%	10
Miraflores	85,259	35.90%	43.20%	79.10%	8.13%	7.73%	6.59%	7.31%	7.56%	6.78%	44.09%	29,734	7.55%	8
Jesús maría	74,496	16.20%	58.10%	74.30%	7.51%	7.36%	6.53%	6.76%	7.21%	6.19%	41.56%	23,002	5.84%	6
Pueblo libre	79,205	16.20%	58.10%	74.30%	7.30%	7.06%	6.66%	7.22%	7.08%	5.96%	41.28%	24,294	6.17%	6
Lince	52,267	16.20%	58.10%	74.30%	7.73%	7.66%	7.44%	6.69%	6.94%	7.18%	43.65%	16,952	4.31%	4
San miguel	141,008	16.20%	58.10%	74.30%	7.84%	7.75%	6.86%	7.00%	6.59%	5.55%	41.59%	43,574	11.07%	11
Magdalena del mar	56,875	16.20%	58.10%	74.30%	7.87%	7.40%	6.63%	7.13%	7.08%	5.99%	42.10%	17,792	4.52%	5
Total	1,198,826											393,760	100.00%	100

Nota APEIM 2017.

4.1.3 Entrevistas a profundidad

PROYECTO: BIOLIFE

Entrevistas en profundidad 1

Entrevista Experto

Objetivo:

Determinar la composición del producto y la relación con las propiedades del producto.

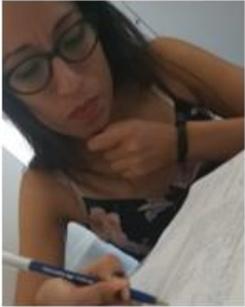
NOMBRE	: Lina Eliana Tadeo Fabian	
PROFESIÓN	: Químico farmacéutico	
FECHA DE LA ENTREVISTA:	01 de abril de 2019	

Figura 24. Entrevista 1.

Elaboración propia

Conclusiones:

La especialista comenta que: “los bloqueadores deben contener antioxidantes, vitamina E, silicona y minerales”. El protector solar cumple la función de proteger la piel.

Existe dos tipos de radiación UVA y UVB. La radiación UVA llega a la superficie de la piel y la UVB son las que te pueden generar cáncer en la piel, porque penetra a lo más profundo de la piel. Es por eso que un bloqueador debe proteger para las radiaciones UVB como UVA. Le parece interesante nuestro producto a producir, porque resalta la importancia del aceite de caléndula, por sus propiedades dirigida para todo tipo de piel, menciona la importancia de obtener ingredientes naturales que protejan tu piel.

Para finalizar, menciona que de acuerdo al prototipo de piel es que se requiere factor de protección solar (FPS) de 30, 50, pero lo recomendable es 50.

PROYECTO: BIOLIFE

Entrevistas en profundidad 2

Entrevista Experto

Objetivo:

Determinar los beneficios, propiedades del producto y la diferenciación del producto

NOMBRE	: Fernando Magill Cisneros	
PROFESIÓN	: Dermatólogo	
FECHA DE LA ENTREVISTA:	02 de abril de 2019	

Figura 25. Imagen Entrevista 2.

Elaboración propia.

Conclusiones:

El doctor manifiesta que todo producto o medicamento puede producir reacciones alérgicas en las personas. Los beneficios y propiedades que buscan los pacientes es no quemarse la piel y evitar en el futuro problemas de cáncer de piel o problemas estéticos (arrugas, pigmentaciones, manchas) que puedan salir por acción del sol.

La recomendación del dermatólogo es usar un bloqueador en cualquier paciente que tenga mayor tendencia de mancharse la piel y si llegasen a descuidarse podría llegar a tener una queratosis actínica ya que es un preámbulo para el cáncer de piel, recomienda el uso de bloqueadores médicos que estén bien testeados.

El especialista hace hincapié en la replicación que se debe hacer durante las 24 horas, ya que en verano recomienda colocarse 3 veces al día y en invierno dos veces al día y la importancia de protegerse todo el año.

El especialista asegura que ellos tienen 25 años haciendo una campaña incentivando en la utilización del bloqueador.

PROYECTO: BIOLIFE

Entrevistas en profundidad 3

Entrevista Experto

Objetivo:

Identificar la construcción del perfil del consumidor y definir el segmento de mercado con las estrategias de marketing mix

NOMBRE	: Sofía Palomino Ortega	
PROFESIÓN	: Marketing	
CARGO	: Coordinadora de Marketing Clínica RETROMEDIC	
FECHA DE LA ENTREVISTA:	02 de abril del 2019	

Figura 26. Imagen entrevista 3.

Elaboración propia.

Conclusiones:

Recomendó enfatizar el focus group, porque las mejores ideas nacen en el intercambio de ideas. Es una gran alternativa buscar en lugares como centros comerciales, plazas y mercados en diferentes puntos de la ciudad al que va dirigido vuestro producto, ya que es un gran diferenciador con las otras marcas, como ultima táctica podría mandar publicidad en Facebook o en otras redes sociales.

Recomendaría que puedan tomar una alianza con personas que son influencia doras que transmitan seguridad y que están bien posicionadas en Perú podría ser por ejemplo Gianella Neyra que es una buena comunicadora expresiva , creativa y el público la tiene como una persona muy profesional , ágil, graciosa y esas características hacen que esa persona transmita la confianza del producto que está usando , también recomendaría a una pareja ya que el producto va dirigido a hombres y mujeres podría pensar en la Actriz Yidda Eslava y Julián Zucchi ya que ellos podrían manejar en pareja porque están en una etapa temprana de paternidad ya que ellos son una pareja joven y están cerca de su público objetivo.

En cuanto al producto debería ser un producto atractivo de facial uso, que sea como una abismada para que pueda ser una aplicación fácil y los colores que ustedes van a usar. En

base al precio yo no les recomendaría que entren al mercado con un precio muy bajo ya que las personas muchas veces asocian lo barato a mala calidad y si el cliente no paga tu precio entonces no es tu cliente, en cuanto para venta distribución es importante posicionarse en las redes sociales y e-comerse donde pueden estar a la vanguardia de esta nueva tendencia y posicionarse en farmacias o ferias orgánicas

La especialista recomienda hacer una campaña de incognito incentivando a las personas a conocer cuáles son los insumos que utilizaron como los aceites de caléndula y semilla de frambuesa esos dos insumos naturales hablando de las propiedades que tienen en las diferentes redes sociales, prensa, radio, televisión, pequeñas notas en los diarios en los blocks de mujeres, blocks de estilos de vida y blogueras e influencia dores de hoy.

El especialista habla también de la importancia del Marketing Digital ya que pasamos más de cuatro horas al día aproximadamente por persona en un celular, en la computadora del trabajo, siempre estamos viendo sobre las tendencias, noticias de Facebook, Instagram entonces es bastante importante que siempre estén hablando de ti ya que la función principal del Marketing Digital es mantener conectada las 24 horas los 7 días de la semana a la empresa con sus segmentos.

4.1.4 Focus Group.

1) Primer Focus:

Público Objetivo: Dirigido a hombres y mujeres 30 a 59 años

Fecha: 03/04/2019

Hora: 3PM

Lugar: Universidad San Ignacio de Loyola

Datos de los asistentes: 06 personas:

- Miguel Venancio Cáceres DNI: 06660723
- Jean Ramal Álvarez DNI: 45798432
- Joel Ramírez Vásquez DNI: 43720355
- Sohana Sánchez Casabona DNI: 43160532
- Yessica Delgado Meza DNI: 45957941
- Ingrid Pérez Aimani DNI: 40458828

Conclusión:

En el Focus Group, conformado por 6 personas realizado el día 02 de abril de 2019, conformado por mujeres y hombres, en rango de edades entre 30 a 60 años, todos los participantes son consumidores de Bloqueadores solares, aseguran la importancia de proteger su piel durante todo el año.

Su enfoque con referencia a las presentaciones de 50 y 150 ml, para todo tipo de piel, en cuanto al diseño, color y presentación del producto concluyeron estar de acuerdo ya que la imagen y los colores les hace pensar en salud, seguridad y naturalidad.

Los participantes manifestaron estar dispuestos a pagar como precio introductorio del producto desde los 60 soles por el de 50ml y 120 soles por el 150ml. Para los participantes del focus group al momento de probar nuestro producto concluyeron la textura que les deja en la piel es una sensación ligera, fácil de aplicar y la absorción que obtuvieron es inmediata al momento de aplicación y resaltaron la importancia y benéficos que esto va a traer por los insumos base y propiedades que este presenta.

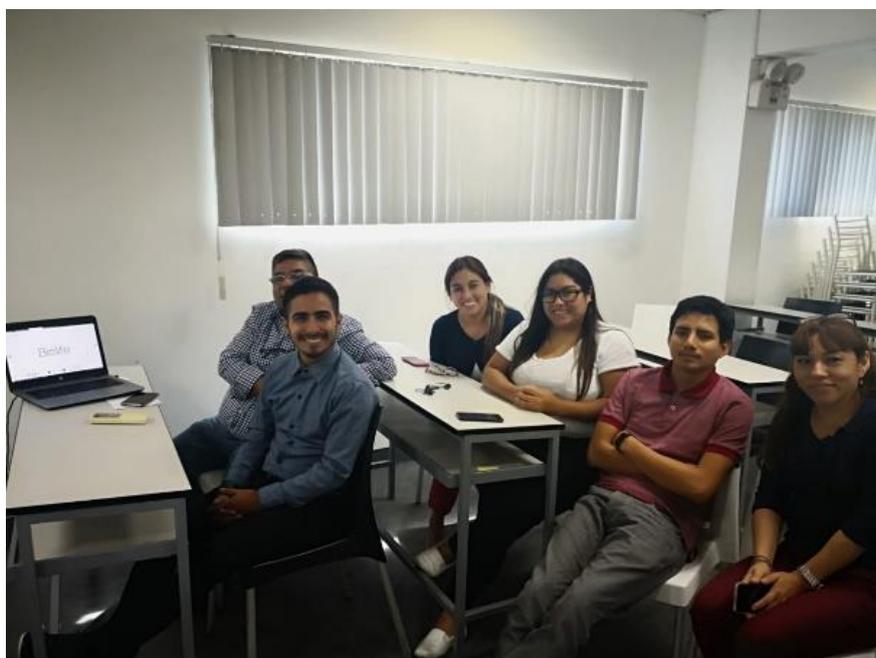


Figura 27. Focus group 1 foto 1.

Recuperado de Elaboración propia.



Figura 28. Focus group 1 foto 2.

Recuperado de Elaboración propia.

2) Segundo Focus

Público Objetivo: dirigido a hombre y mujeres de 30 a 60 años

Fecha: 06/04/2019

Hora: 4pm

Lugar: Universidad San Ignacio de Loyola

Datos de los asistentes: 07 personas

- Yenni Ccahuana Gómez DNI. 44036677
- Kathia Ramos Vega DNI. 46989330
- Walter Daniel Morales Alarcón DNI. 40048451
- Gina Hinojosa Osorio DNI. 70826792
- Juan Morales Delgado DNI. 70308495
- Maritza Díaz Cayotpe DNI. 44552896
- Ricardo Boskovich Sotelo DNI. 46568487

Conclusión:

En el segundo focus group, fue realizado el sábado 6 de abril de 2019, participaron 7 personas conformados por hombres y mujeres. Entre el rango de edades de 28 a 45 años. En la instalación de la universidad san Ignacio de Loyola. Campus 2.

Se obtuvo más opiniones acerca el cuidado y protector solar. La idea de negocio estaba con mayores alcances. Se dio a conocer los beneficios de los dos insumos que unifican a

nuestro producto, algunos no habían escuchado hablar de la caléndula. El tamaño sugerido es 150ml a un precio referencial de 45 A 70 soles

Los participantes comentaron por el logo inicial, porque al intercambiar ideas los beneficios de la caléndula. Nos observaron que en el logo no contenía la imagen de ambos insumos principales.

El uso del bloqueador es indistinto, pero existe poca frecuencia de uso durante todo el año. La mayoría se protege solo ante el sol y no dentro de una casa.



Figura 29. Focus group 2.

Recuperado de Elaboración propia.

4.1.5 Encuestas.

Para el estudio de mercado se desarrolló la encuesta del 9 al 11 de abril de 2019. Se obtuvo el resultado de 157 encuestas entre hombres y mujeres del nivel socioeconómico a y b de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana de 30 a 59 años.

La encuesta consta de 22 preguntas dividido en tres secciones, la primera parte preguntas generales, segundo preguntas filtro y la tercera preguntas sobre nuestro producto a presentar.

Sección I: Filtros generales

1. Género

Tabla 10
Pregunta 1. Género.

1. Género:	Fr	%
Masculino	84	53.20%
Femenino	73	46.80%
Total	157	100.00%

Nota: Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE

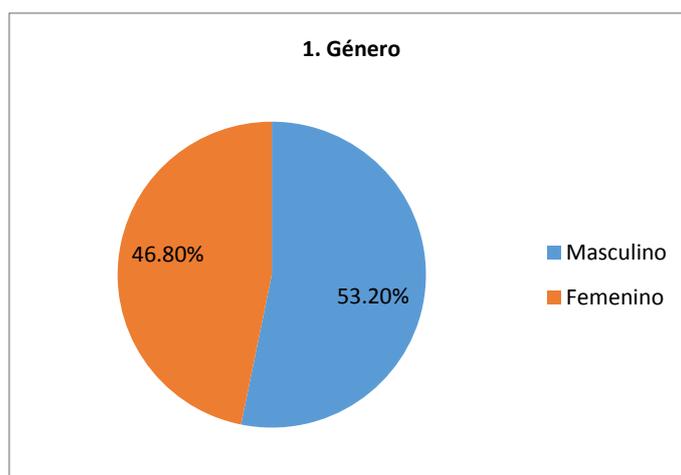


Figura 30. Pregunta 1: Género.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: menciona 53% de encuestados son hombres y 47% son mujeres.

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 11
Pregunta 2: Rango de Edad.

		%
De 30 a 45 años	119	75.90%
De 46 a 59 años	7	4.50%
Otros(fin de la encuesta)	31	19.60%
Total	157	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE

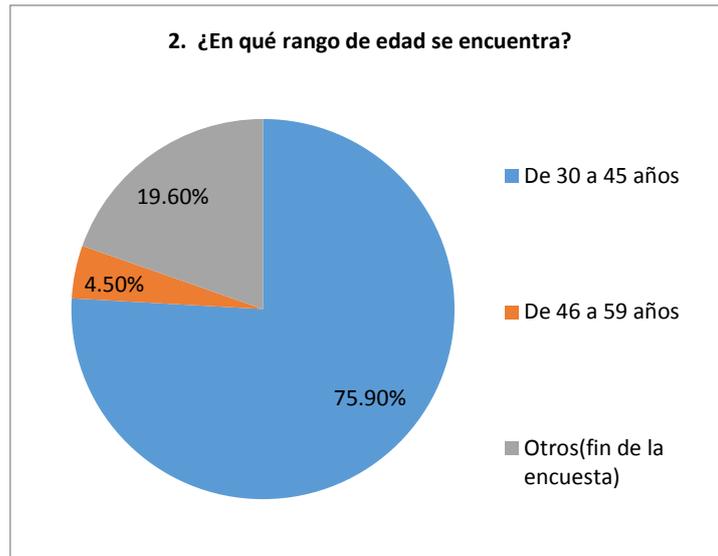


Figura 31. Pregunta 2: Rango de Edad.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: Las edades de los encuestados, se ha considerado tres rangos de edad el mayor porcentaje con 75.90% personas de 30 a 45 años.

3. ¿A cuánto asciende su ingreso familiar?

Tabla 12

Pregunta 3: Ingreso familiar.

		%
5001 a 10000	73	58.00%
10000 a más	31	24.30%
Otros(fin de la encuesta)	22	17.70%
Total	126	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

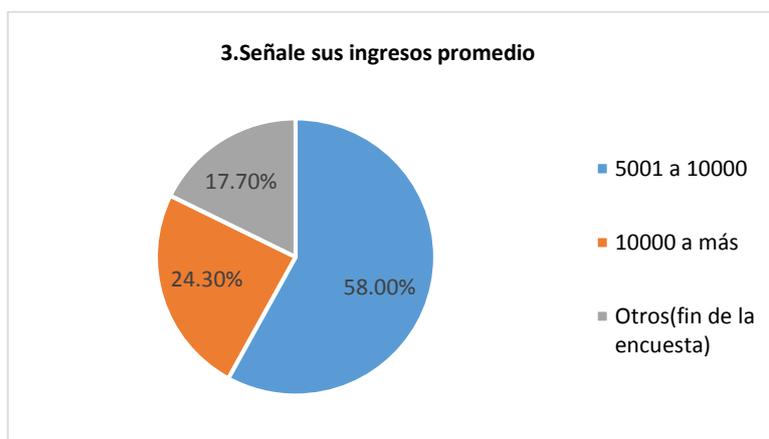


Figura 32. Pregunta 3: Ingreso familiar.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el ingreso familiar de nuestros encuestados es S/ 5,001 a S/10,000.00 tiene un 58%.

4. Distrito de residencia:

Tabla 13

Pregunta 4: Distrito de residencia.

		%
La molina	15	14.62%
Surco	31	29.43%
San isidro	5	4.70%
San Borja	10	9.47%
Miraflores	8	7.26%
Jesús maría	6	5.62%
Pueblo libre	6	5.93%
Lince	4	4.14%
San miguel	11	10.64%
Magdalena	5	4.34%
Otros(fin de la encuesta)	4	3.85%
Total	104	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

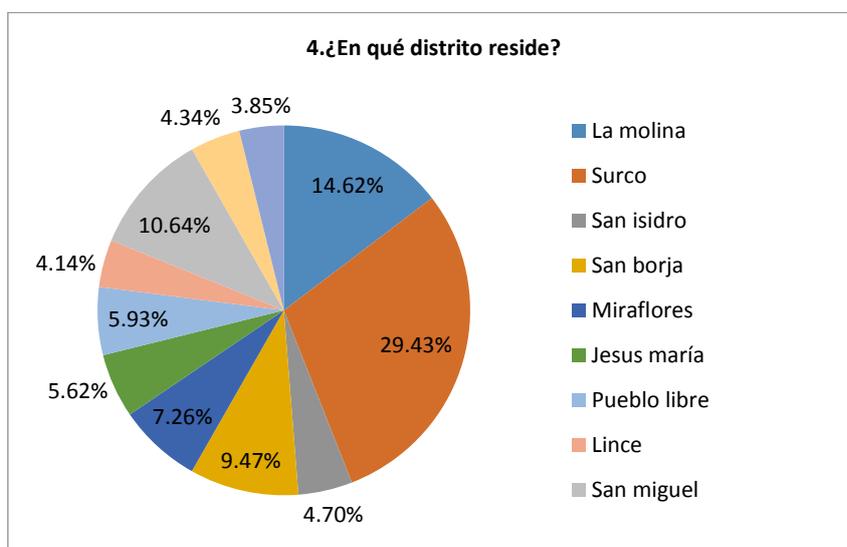


Figura 33. Pregunta 4: Distrito de residencia.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: El mayor porcentaje de encuestados pertenece al distrito de Santiago de Surco 29.43%, La Molina 14.62%, San Miguel 10.64%, San Borja 9.47%, Miraflores 7.26%, Pueblo Libre 5.93%, Jesús María 5.62% y Lince 4.14%.

Sección II: Perfil del consumidor

5. ¿Utilizas protector solar?

Tabla 14

Pregunta 5: Utilizas protector solar.

		%
Si	87	86.6%
No(fin de la encuesta)	13	13.4%
Total	100	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

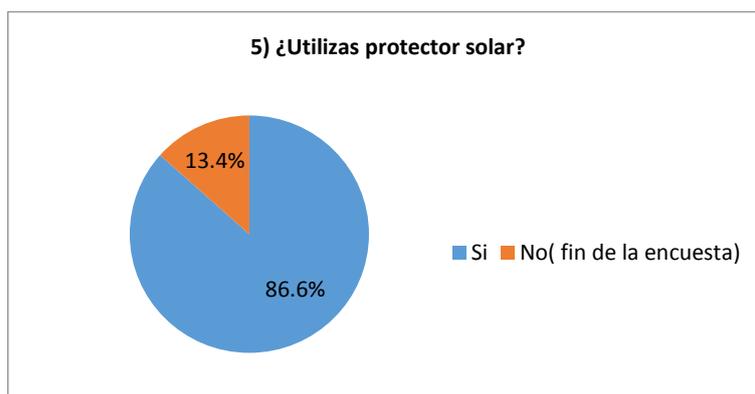


Figura 34. Pregunta 5: Utilizas protector solar.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el 86.60 % usa protector solar de personas encuestadas

6. ¿Sabes qué es un factor de protección?

Tabla 15

Pregunta 6: sabes qué es un factor de protección.

		%
a) Si	70	80.00%
b) No	17	20.00%
Total	87	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

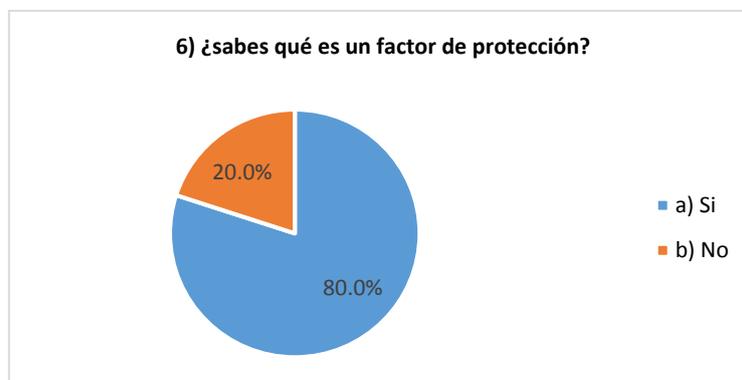


Figura 35. Pregunta 6: sabes qué es un factor de protección.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el 80% de encuestados han marcado que si conocen que es un factor de protección y un 20% no conocen que es.

7. ¿Qué tipo de factor de protección prefieres?

Tabla 16

Pregunta 7: Qué tipo de factor de protección prefieres.

		%
a) 30	46	65.0%
b) 50	21	30.0%
c) Otros	3	5%
Total	70	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

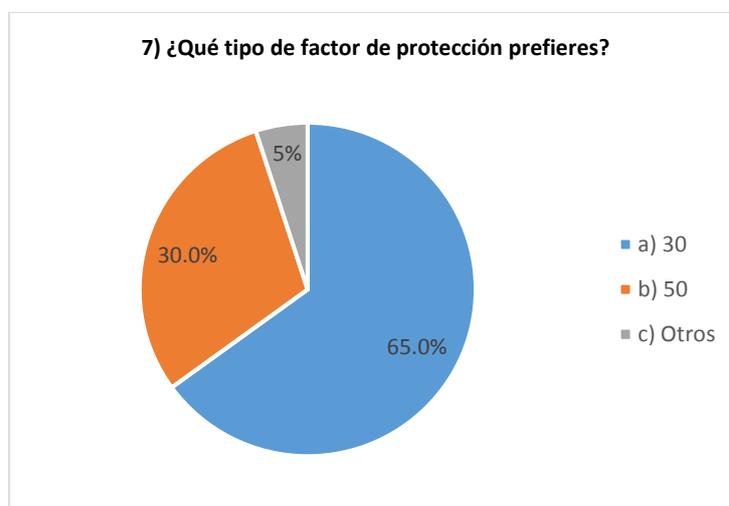


Figura 36. Pregunta 7: Qué tipo de factor de protección prefieres.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: 65% tiene preferencia a un factor de protección de 30, un 30% tiene preferencia a 50 y un 5% no tiene preferencia.

8. ¿Qué marca de bloqueador solar usa o conoce?

Tabla 17

Pregunta 8: Qué marca de bloqueador solar usa o conoce.

		%
a) Eucerin	29	41.5%
b) Bioderma	21	30.4%
c) Atenbelum	11	15.00%
d) Otros	9	13.10%
Total	70	100.0%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

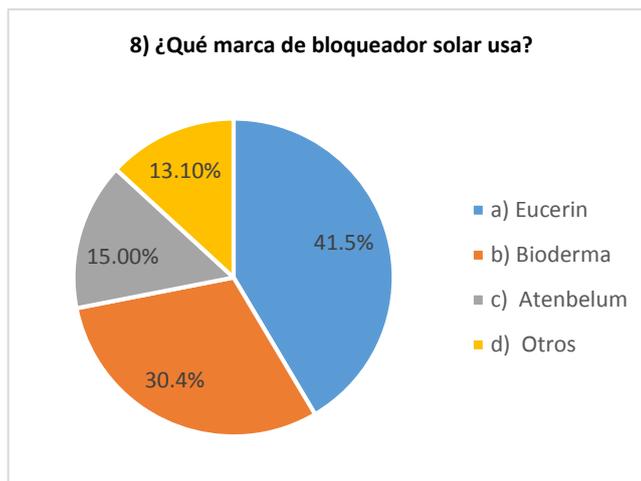


Figura 37. Pregunta 8: Qué marca de bloqueador solar usa o conoce. Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: El bloqueador de la marca EUCERIN tiene 41. 5% de preferencia, según la encuesta.

9. ¿En qué estaciones utilizas bloqueador solar?

Tabla 18

Pregunta 9: En qué estaciones utilizas bloqueador solar.

		%
Solo verano	34	48.90%
Solo verano y primavera	15	21.60%
Verano, primavera y otoño	2	3.40%
Todo el año	19	26.10%
Total	70	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

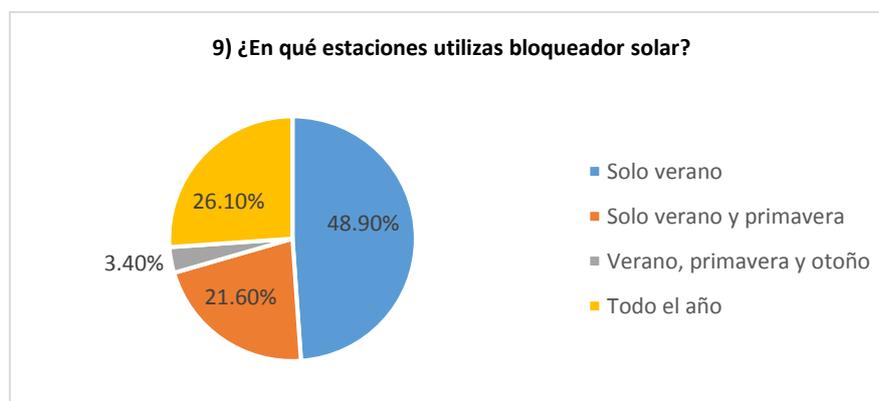


Figura 38. Pregunta 9: En qué estaciones utilizas bloqueador solar. Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: De los encuestados un 48.90% usa bloqueador solo en verano, pero hay un 21.60% que lo usa en verano y primavera, 19 % todo el año y 3.40% que usa verano, primavera y otoño

10. ¿Qué tamaño de frasco compras?

Tabla 19

Pregunta 10: Qué tamaño de frasco compras.

		%
30 ml	9	12.5%
50 ml	24	34.1%
150 ml	32	46.6%
250 ml	4	5.7%
otros	1	1.1%
Total	70	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

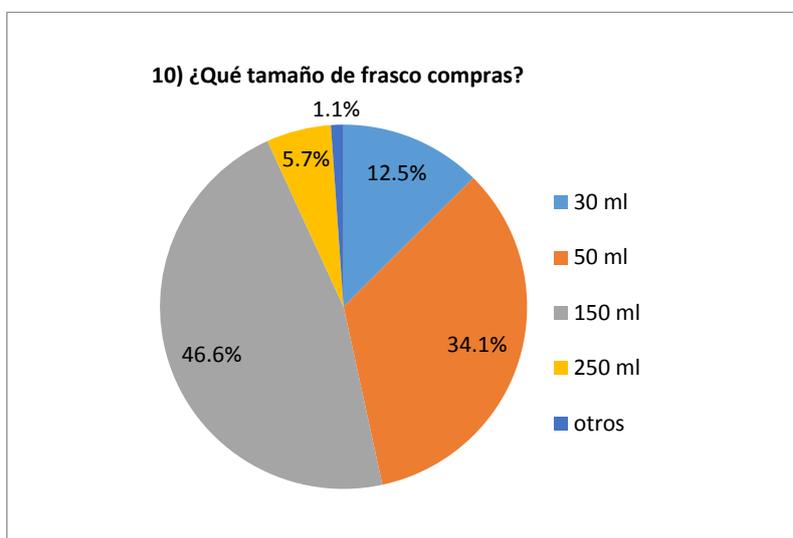


Figura 39. Pregunta 10: Qué tamaño de frasco compras.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el público encuestado hay un 46.6% que eligió de 150 ml, 34.10% marco 50 ml, 12.50% alternativa de 30 ml, 5.7% de 250 ml y 1.1% la opción otros.

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un frasco de bloqueador de 150 ml?

Tabla 20

Pregunta 11: Cuánto está dispuesto a pagar por un frasco de bloqueador de 150 ml.

		%
Menor a 50 soles	20	28.4%
51 a 75	33	47.7%
76 a 100	13	18.2%
101 a mas	4	5.7%
Total	70	100.000%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

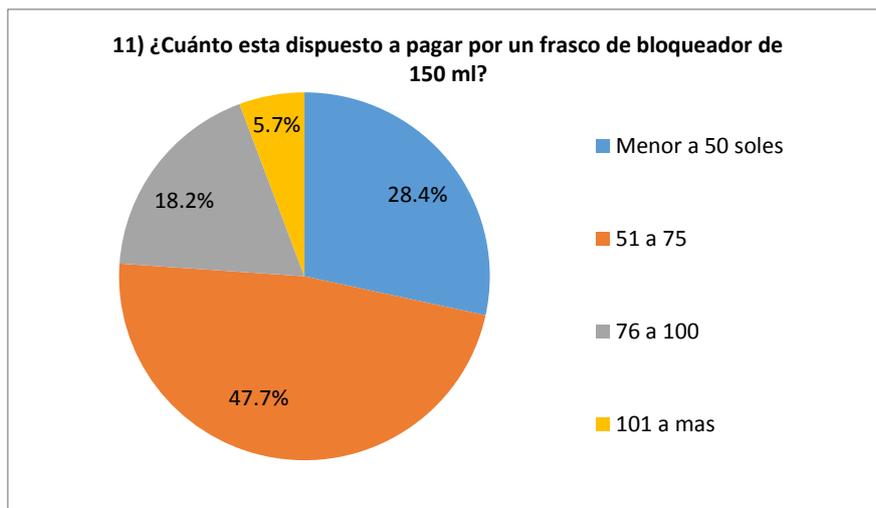


Figura 40. Pregunta 11: Cuánto está dispuesto a pagar por un frasco de bloqueador de 150 ml.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: la alternativa con mayor porcentaje es 76 a 100 soles con un 47.70%

12. ¿Dónde suele comprar su bloqueador?

Tabla 21.

Pregunta 12: Dónde suele comprar su bloqueador.

		%
Farmacias	38	54.03%
Supermercados	23	32.26%
Online	3	4.84%
Tiendas por departamento	5	7.26%
Otros	1	1.61%
Total	70	100.000%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

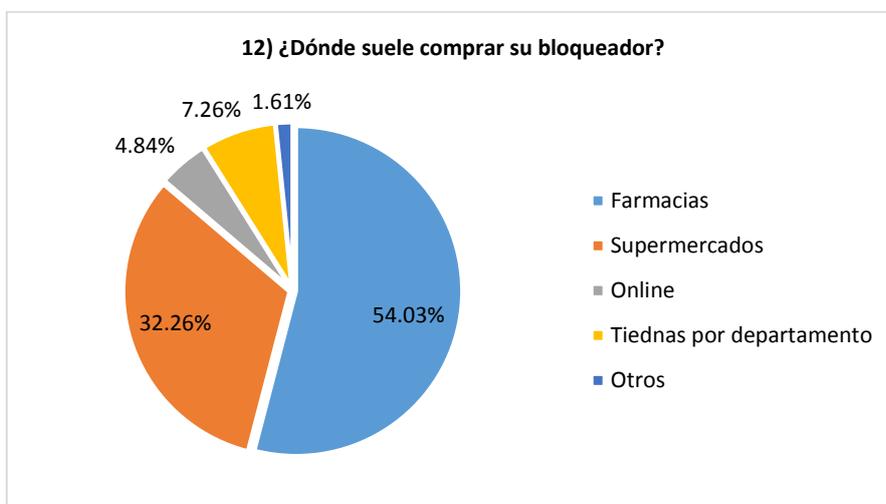


Figura 41. Pregunta 12: Dónde suele comprar su bloqueador.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el canal de venta del bloqueador según los encuestados es en farmacias con 54.03%

13. ¿Qué propiedades buscas en un bloqueador?

Tabla 22

Pregunta 13: Qué propiedades buscas en un bloqueador.

		%
Protección de la piel	30	42.97%
Prevenir el cáncer de piel	6	8.98%
Hidratación de la piel	5	7.70%
Traslucido	2	3.18%
Sea no graso	6	8.31%
Regenerador de la piel	1	1.90%
Resistencia al agua	19	25.67%
Otros	1	1.28%
Total	70	100.000%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

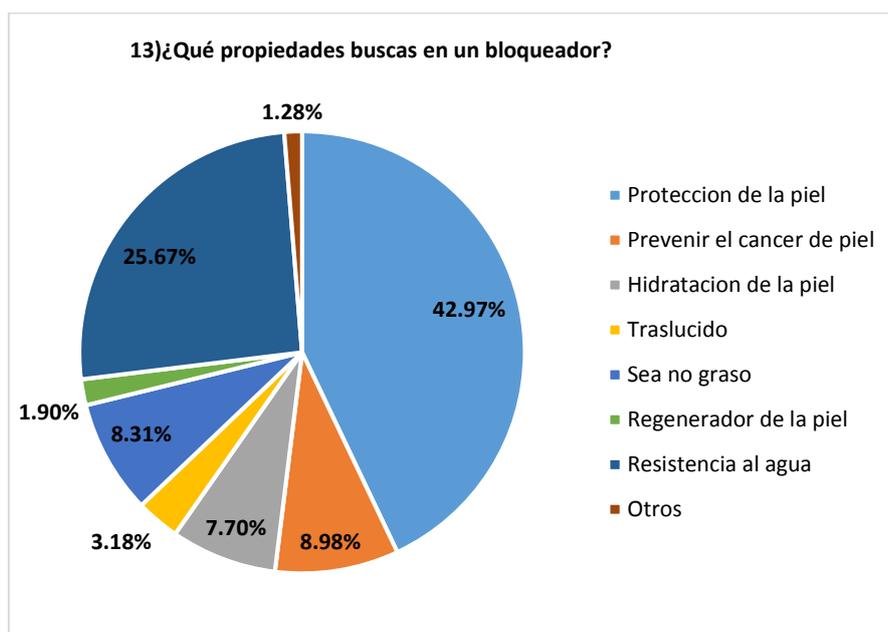


Figura 42. Pregunta 13: Qué propiedades buscas en un bloqueador.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: dentro de los encuestados el 42.97% busca que el bloqueador les proteja la piel.

Sección 3: Validación del producto

14. ¿Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de frambuesa?

Tabla 23

Pregunta 14: Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de frambuesa.

		%
Sí	42	60.00%
No(fin de la encuesta)	28	40.00%
Total	70	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

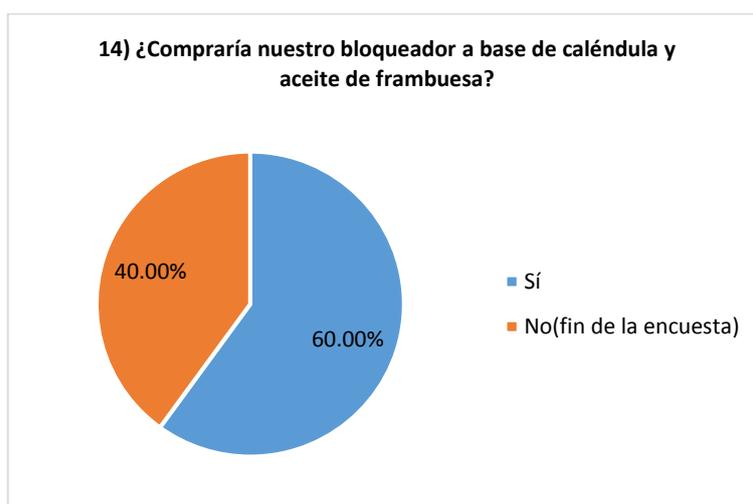


Figura 43. Pregunta 14: Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de frambuesa.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el 60% está dispuesto a comprar nuestro producto.

15. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto?

Tabla 24

Pregunta 15: Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto de 150ml.

	%
Menos de 50 soles	16.4%
De 50 a 69.9 soles	29.2%
De 70 a 89.9 soles	30.4%
De 90 a 109.9 soles	18.3%
De 110 a más	5.7%
Total	100%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

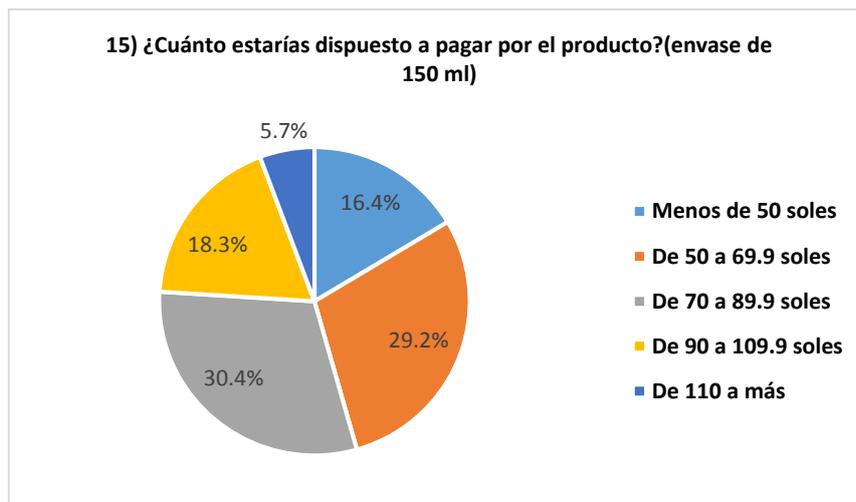


Figura 44. Pregunta 15: Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto de 150ml.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: se estaría dispuesto a pagar 30.4% de 60 a 75 soles.

16. ¿Con qué frecuencia desearía adquirirlo?

Tabla 25

Pregunta 16: Con qué frecuencia desearía adquirirlo.

	%
Mensual	15.30%
Bimestral	32.80%
Trimestral	33.80%
Semestral	18.10%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

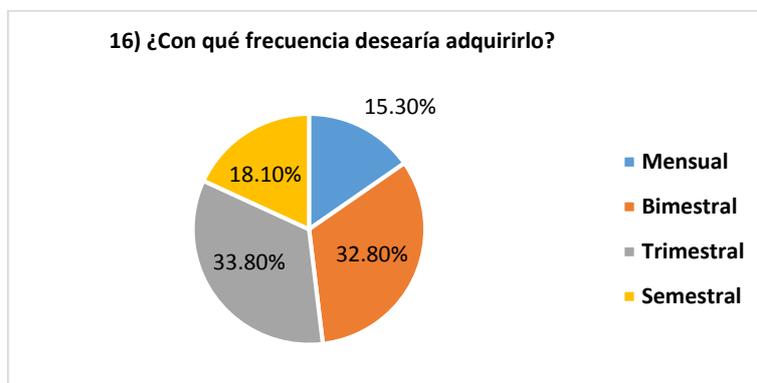


Figura 45. Pregunta 16: Con qué frecuencia desearía adquirirlo.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: la opción de trimestral ha escogido el 33.80%.

17. ¿Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra?

Tabla 26

Pregunta 17: Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra.

	%
1 unidad	88.20%
2 unidades	7.60%
3 unidades a más	4.20%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

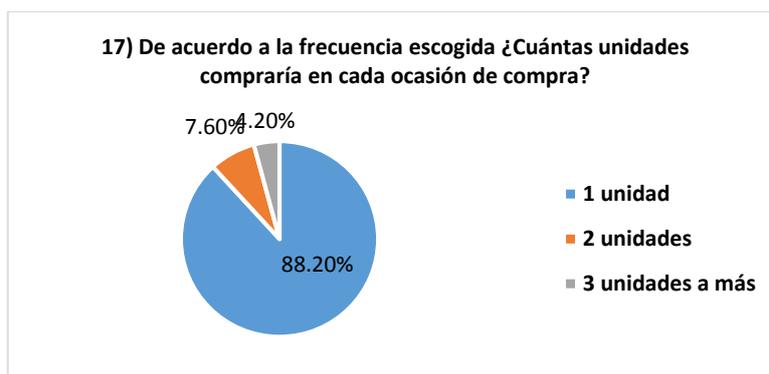


Figura 46. Pregunta 17: Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el 88.20 % ha escogido una unidad.

18. ¿De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto?

Tabla 27

Pregunta 18: De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto.

	%
Bioferias	15.100%
Tiendas orgánicas	17.400%
Farmacias	17.200%
online	13.400%
supermercados	20.400%
Tiendas especializadas	16.500%
Total	100.000%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

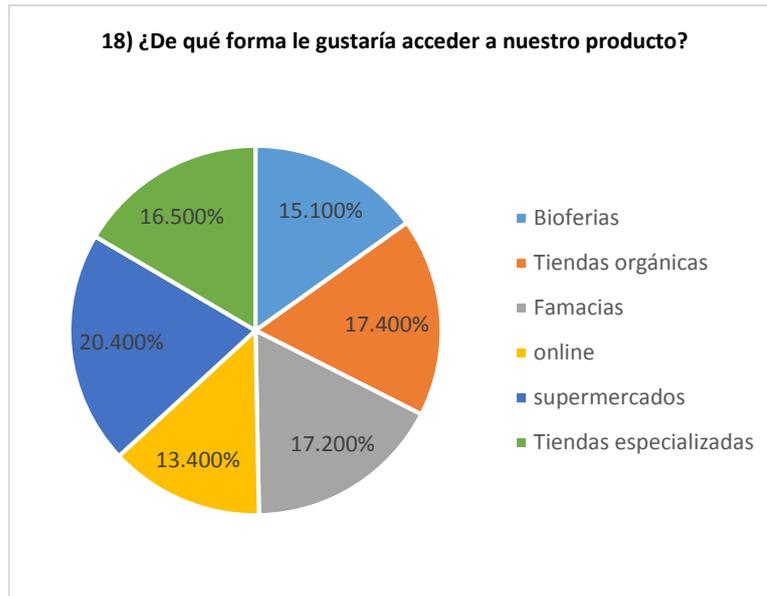


Figura 47. Pregunta 18: De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: la opción de supermercados es la más alta. Sin embargo, por las barreras que existen se busca una mejor opción como a la venta por farmacias.

19. ¿A través de qué medio le gustaría recibir noticias sobre nuestro producto?

Tabla 28

Pregunta 19: A través de qué medio le gustaría recibir noticias sobre nuestro producto.

	%
Redes sociales	61.76%
Páginas web	21.57%
Periódico y revistas	6.86%
Puntos de venta	7.84%
Mailing	1.96%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

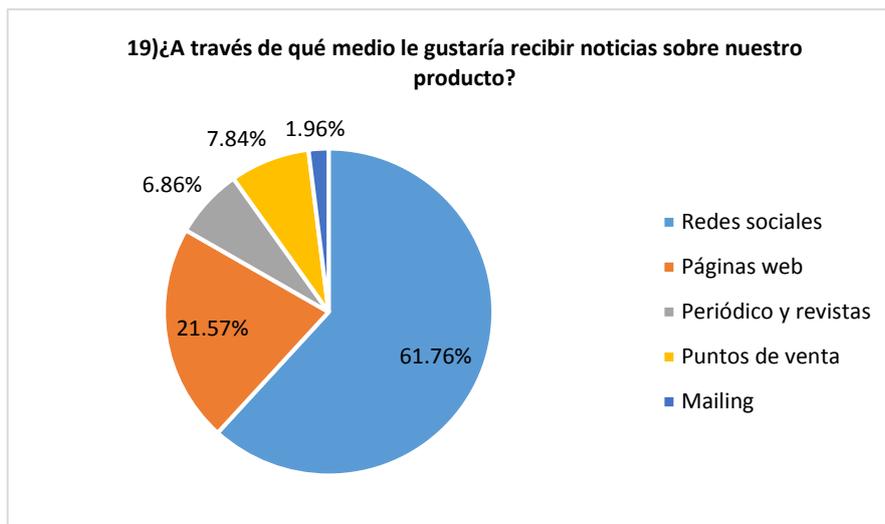


Figura 48. Pregunta 19: A través de qué medio le gustaría recibir noticias sobre nuestro producto.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el medio de información con mejor dominio son las redes sociales

20. ¿En qué época del año compraría usted nuestro producto?

Tabla 29

Pregunta 20: En qué época del año compraría usted nuestro producto.

	%
Verano	30.00%
Otoño	10.00%
Invierno	6.00%
Primavera	13.50%
Todo el año	40.50%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

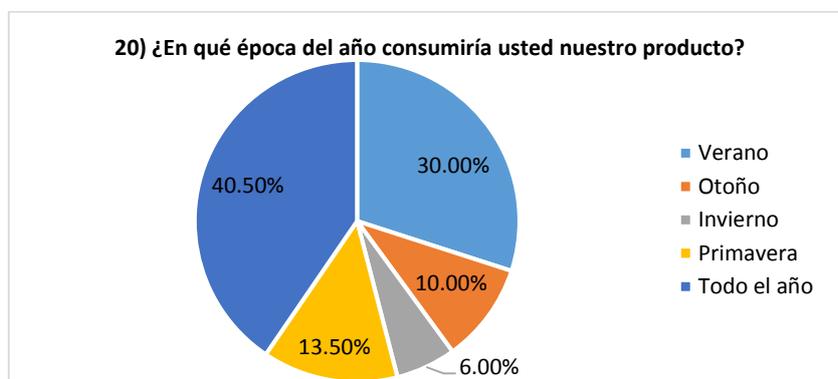


Figura 49. Pregunta 20: En qué época del año compraría usted nuestro producto.

Elaboración propia - Encuesta de investigación realizada por BIOLIFE.

Interpretación: el 30 % nuestro producto se vendería en verano.

4.2 Demanda y oferta

4.2.1 Estimación del mercado potencial.

Es una parte de la población que cumple con los criterios de segmentación y presentan interés en el producto. Los criterios de segmentación definidos son los siguientes:

- NSE A y B
- Edad entre 30 y 60 años
- Distritos de Lima de la zona 6 y 7

Mercado Potencial = Población Proyectada * NSE en % * Edad en % (de 30 a 59 años)

Tabla 30
Mercado Potencial 2020.

Distritos	Población Total 2020	NSEA y B	Total edad (30-59)	Mercado potencial 2020
La molina	180,402	79.10%	42.36%	60,451
Surco	361,802	79.10%	42.54%	121,739
San Isidro	56,971	79.10%	43.18%	19,457
San Borja	117,638	79.10%	42.07%	39,151
Miraflores	86,112	79.10%	44.09%	30,032
Jesús María	75,241	74.30%	41.56%	23,232
Pueblo Libre	79,997	74.30%	41.28%	24,537
Lince	52,790	74.30%	43.65%	17,121
San Miguel	142,418	74.30%	41.59%	44,010
Magdalena del Mar	57,444	74.30%	42.10%	17,970
Total	1,210,815			397,700

Nota Elaboración propia.

Tabla 31
Mercado Potencial 2021.

Distritos	Población Total 2021	NSE A y B	Total edad (30-59)	Mercado potencial 2021
La Molina	182,206	79.10%	42.36%	61,055
Surco	365,420	79.10%	42.54%	122,956
San Isidro	57,541	79.10%	43.18%	19,652
San Borja	118,814	79.10%	42.07%	39,542
Miraflores	86,973	79.10%	44.09%	30,332
Jesús María	75,993	74.30%	41.56%	23,464
Pueblo Libre	80,797	74.30%	41.28%	24,782
Lince	53,318	74.30%	43.65%	17,292
San Miguel	143,842	74.30%	41.59%	44,450
Magdalena del Mar	58,018	74.30%	42.10%	18,150
Total	1,222,922			401,675

Nota Elaboración propia.

Tabla 32

Mercado Potencial 2022.

Distritos	Población Total 2022	NSEA y B	Total edad (30-59)	Mercado potencial 2022
La Molina	184,028	79.10%	42.36%	61,666
Surco	369,074	79.10%	42.54%	124,186
San Isidro	58,116	79.10%	43.18%	19,848
San Borja	120,002	79.10%	42.07%	39,938
Miraflores	87,843	79.10%	44.09%	30,636
Jesús María	76,753	74.30%	41.56%	23,699
Pueblo Libre	81,605	74.30%	41.28%	25,030
Lince	53,851	74.30%	43.65%	17,465
San Miguel	145,280	74.30%	41.59%	44,894
Magdalena del Mar	58,598	74.30%	42.10%	18,331
Total	1,235,150			405,693

Nota Elaboración propia.

Tabla 33

Mercado Potencial 2023.

Distritos	Población Total 2023	NSE A y B	Total edad (30-59)	Mercado potencial 2023
La Molina	185,868	79.10%	42.36%	62,282
Surco	372,765	79.10%	42.54%	125,427
San Isidro	58,697	79.10%	43.18%	20,046
San Borja	121,202	79.10%	42.07%	40,337
Miraflores	88,721	79.10%	44.09%	30,942
Jesús María	77,521	74.30%	41.56%	23,936
Pueblo Libre	82,421	74.30%	41.28%	25,280
Lince	54,390	74.30%	43.65%	17,640
San Miguel	146,733	74.30%	41.59%	45,343
Magdalena del Mar	59,184	74.30%	42.10%	18,514
Total	1,247,502			409,747

Nota Elaboración propia.

Tabla 34

Mercado Potencial 2024.

Distritos	Población Total 2024	NSE A y B	Total edad (30-59)	Mercado potencial 2024
La Molina	187,727	79.10%	42.36%	62,905
Surco	376,493	79.10%	42.54%	126,682
San Isidro	59,284	79.10%	43.18%	20,247
San Borja	122,414	79.10%	42.07%	40,740
Miraflores	89,608	79.10%	44.09%	31,251
Jesús maría	78,296	74.30%	41.56%	24,175
Pueblo Libre	83,245	74.30%	41.28%	25,533
Lince	54,934	74.30%	43.65%	17,817
San Miguel	148,200	74.30%	41.59%	45,797
Magdalena del Mar	59,776	74.30%	42.10%	18,700
Total	1,259,977			413,847

Nota Elaboración propia.

Tabla 35
Mercado Potencial 2020 – 2024.

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La molina	60,451	61,055	61,666	62,282	62,905
Surco	121,739	122,956	124,186	125,427	126,682
San isidro	19,457	19,652	19,848	20,046	20,247
San Borja	39,151	39,542	39,938	40,337	40,740
Miraflores	30,032	30,332	30,636	30,942	31,251
Jesús maría	23,232	23,464	23,699	23,936	24,175
Pueblo libre	24,537	24,782	25,030	25,280	25,533
Lince	17,121	17,292	17,465	17,640	17,817
San miguel	44,010	44,450	44,894	45,343	45,797
Magdalena del mar	17,970	18,150	18,331	18,514	18,700
Mercado potencial en personas	397,700	401,675	405,693	409,747	413,847

Nota Elaboración propia.

- En el año 2020 el mercado potencial asciende a 397,700 personas.
- En el año 2021 el mercado potencial asciende a 401,675 personas.
- En el año 2022 el mercado potencial asciende a 405,693 personas.
- En el año 2023 el mercado potencial asciende a 409,747 personas.
- En el año 2024 el mercado potencial asciende a 413,847 personas.

4.2.2 Estimación del mercado disponible.

Mercado Disponible= Mercado Potencial * Factor mercado disponible

Para hallar el factor del mercado disponible se procede a considerar las siguientes preguntas filtro:

Sección 2: perfil del consumidor

Tabla 36
Pregunta 5: Utilizas protector solar – encuesta.

		%
Si	87	86.6%
No(fin de la encuesta)	13	13.4%
Total	100	100.00%

Nota Elaboración propia.

Tabla 37
Pregunta 7: Qué tipo de factor de protección prefieres – encuesta.

	%
a) 30	65.0%
b) 50	30.0%
c) Otros	5%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia.

Factor mercado disponible = 56.30%

Tabla 38

Mercado Disponible en personas 2020 – 2024.

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La molina	34,028	34,368	34,712	35,059	35,409
Surco	68,527	69,212	69,904	70,603	71,309
San isidro	10,952	11,062	11,172	11,284	11,397
San Borja	22,038	22,258	22,481	22,706	22,933
Miraflores	16,905	17,074	17,245	17,417	17,591
Jesús maría	13,077	13,208	13,340	13,474	13,608
Pueblo libre	13,812	13,950	14,089	14,230	14,373
Lince	9,637	9,734	9,831	9,930	10,029
San miguel	24,773	25,021	25,271	25,524	25,779
Magdalena del mar	10,115	10,217	10,319	10,422	10,526
Mercado disponible en personas	223,864	226,104	228,364	230,649	232,954

Nota Elaboración propia.

4.2.3 Estimación del mercado efectivo.

Mercado Efectivo= Mercado Disponible *Factor disposición de compra

Sección 3: validación del producto

Tabla 39

Pregunta 14: Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de *frambuesa* - encuesta

Respuestas	%
Sí	60.00%
No(fin de la encuesta)	40.00%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia.

Factor disposición de compra =60.00%

Tabla 40

Mercado Efectivo 2020 – 2024.

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La molina	20,417	20,621	20,827	21,035	21,245
Surco	41,116	41,527	41,942	42,362	42,785
San isidro	6,571	6,637	6,703	6,770	6,838
San Borja	13,223	13,355	13,489	13,624	13,760
Miraflores	10,143	10,244	10,347	10,450	10,555
Jesús maría	7,846	7,925	8,004	8,084	8,165
Pueblo libre	8,287	8,370	8,453	8,538	8,624
Lince	5,782	5,840	5,899	5,958	6,017
San miguel	14,864	15,013	15,163	15,314	15,467
Magdalena del mar	6,069	6,130	6,191	6,253	6,316
Mercado efectivo general en personas	134,318	135,662	137,018	138,388	139,772

Nota Elaboración propia.

Mercado efectivo por presentación= Mercado efectivo general* Factor precio

Tabla 41

Pregunta 15: Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto de 150ml – encuesta.

	%
Menos de 50 soles	16.4%
De 50 a 69.9 soles	29.2%
De 70 a 89.9 soles	30.4%
De 90 a 109.9 soles	18.3%
De 110 a más	5.7%
Total	100%

Nota Elaboración propia.

Factor precio=54.40%

Tabla 42

Mercado Efectivo 2020 – 2024.

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La molina	11,107	11,218	11,330	11,443	11,557
Surco	22,367	22,591	22,816	23,045	23,275
San isidro	3,575	3,611	3,646	3,683	3,720
San Borja	7,193	7,265	7,338	7,411	7,485
Miraflores	5,518	5,573	5,629	5,685	5,742
Jesús maría	4,268	4,311	4,354	4,398	4,442
Pueblo libre	4,508	4,553	4,598	4,645	4,691
Lince	3,145	3,177	3,209	3,241	3,273
San miguel	8,086	8,167	8,249	8,331	8,414
Magdalena del mar	3,302	3,335	3,368	3,402	3,436
Total mercado efectivo en personas	73,069	73,801	74,537	75,284	76,035

Nota Elaboración propia.

4.2.4 Estimación del mercado objetivo.

Para la obtención del mercado objetivo se desarrollará la metodología de recordación de marca, la cual se evaluó en la pregunta 08 de la encuesta, de las tres (3) marcas de mayor recordación seleccionaremos la menor. Sobre el porcentaje de mercado obtenido consideraremos el 25%.

Tabla 43

Pregunta 8: Qué marca de bloqueador solar usa o conoce – encuesta.

	%
a) Eucerin	41.50%
b) Bioderma	30.40%
c) Atenbelum	15.00%
d) Otros	13.10%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia.

De las 3 marcas de mayor recordación escogeremos la menor, en este caso Atenbelum, del cual escogeremos un 25% para ser conservadores.

Tasa de mercado objetivo 2020(25% del 15%) = 4.0%

Esta tasa crecería aritméticamente al 30% del crecimiento poblacional.

Crecimiento poblacional 2017 según INEI = 1.0020%

Crecimiento del mercado objetivo = 0.301%

Tabla 44

Tasas de mercado objetivo 2020 – 2024.

	2020	2021	2022	2023	2024
Tasas de mercado objetivo	4.00%	4.30%	4.60%	4.90%	5.20%

Nota Elaboración propia.

Tabla 45

Total, Mercado Objetivo en personas 2020 – 2024.

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La molina	444	482	521	561	601
Surco	895	972	1,050	1,130	1,211
San isidro	143	155	168	181	194
San Borja	288	312	338	363	389
Miraflores	221	240	259	279	299
Jesús maría	171	185	200	216	231
Pueblo libre	180	196	212	228	244
Lince	126	137	148	159	170
San miguel	323	351	380	408	438
Magdalena del mar	132	143	155	167	179
Total mercado objetivo en personas	2,923	3,173	3,431	3,692	3,956

Nota Elaboración propia.

4.2.5 Frecuencia de compra.

Para validar nuestra frecuencia de compra de los bloqueadores se calculó la frecuencia de adquisición promedio mensual y la frecuencia de unidades de compra anuales.

Tabla 46

Pregunta 16: Con qué preferencia desearía adquirirlo - encuesta

	%	veces al año	ponderado
Mensual	15.30%	12.00	1.84
Bimestral	32.80%	6.00	1.97
Trimestral	33.80%	4.00	1.35
Semestral	18.10%	2.00	0.36
Total	100.00%		5.52
			veces al año

Nota Elaboración propia

Tabla 47

Pregunta 17: Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra – encuesta.

	%	Unidades	Ponderado	
1 unidad	88.20%	1.00	0.88	
2 unidades	7.60%	2.00	0.15	
3 unidades a más	4.20%	3.00	0.13	
Total	100.00%		1.16	Unidades en cada ocasión de compra.
			6.0	Unidades al año una persona perteneciente al mercado objetivo compraría en promedio

Nota Elaboración propia.

Para la cuantificación de la demanda, se requiere conocer la frecuencia promedio de una persona, en este lo hallamos multiplicando la suma de los ponderados de la pregunta 16 y pregunta 17.

4.2.6 Cuantificación anual de la demanda.

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

Tabla 48

Demanda en unidades 2020 – 2024.

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
La molina	2,664	2,892	3,126	3,366	3,606
Surco	5,370	5,832	6,300	6,780	7,266
San isidro	858	930	1,008	1,086	1,164
San Borja	1,728	1,872	2,028	2,178	2,334
Miraflores	1,326	1,440	1,554	1,674	1,794
Jesús maría	1,026	1,110	1,200	1,296	1,386
Pueblo libre	1,080	1,176	1,272	1,368	1,464
Lince	756	822	888	954	1,020
San miguel	1,938	2,106	2,280	2,448	2,628
Magdalena del mar	792	858	930	1,002	1,074
Frascos de bloqueador de 150 ml	17,538	19,038	20,586	22,152	23,736

Nota Elaboración propia.

4.2.7 Estacionalidad.

Del resultado de la pregunta 20 de la encuesta se obtiene que las estaciones donde se adquiriran mas bloqueadores seran los periodos de Verano y Primavera

Tabla 49

Pregunta 20: En qué época del año compraría usted nuestro producto - encuesta.

Estación del añoM	%	Distribución de todo el año	Total estacionalidad
Verano	30.00%	10.13%	40.13%
Otoño	10.00%	10.13%	20.13%
Invierno	6.00%	10.13%	16.13%
Primavera	13.50%	10.13%	23.63%
Todo el año	40.50%		100.00%
Total	100.00%		

Nota Elaboración propia.

En el primer trimestre sucede que se suele castigar 40% de la estacionalidad al igual que en el segundo trimestre se castiga un 20% de modo que aproximadamente se logre el 40% de las ventas en el primer semestre porque la marca aún es débil los 6 primeros meses del primer año, según información de los especialistas de marketing.

Se supone que a partir del séptimo mes la imagen de marca es más sólida, por ende ya no se castiga a a partir de ese mes.

Este fenómeno solo sucede en el primer año de operación 2020.

Tabla 50
Estacionalidad Trimestral 2020 - 2024

Año	Verano(Enero-marzo)	Otoño(abril-junio)	Invierno(Julio-setiembre)	Primavera(octubre-diciembre)	Total
2,020	24.1%	16.10%	16.13%	23.625%	79.93%
2,021	40.13%	20.13%	16.13%	23.63%	100.00%
2,022	40.13%	20.13%	16.13%	23.63%	100.00%
2,023	40.13%	20.13%	16.13%	23.63%	100.00%
2,024	40.13%	20.13%	16.13%	23.63%	100.00%

Nota Elaboración propia

Tabla 51
% Estacionalidad mensual 2020.
Estacionalidad 2020

Enero	7.03%
Febrero	8.03%
Marzo	9.03%
Abril	5.37%
Mayo	6.37%
Junio	4.37%
Julio	6.38%
Agosto	5.38%
Septiembre	4.38%
Octubre	6.88%
Noviembre	7.88%
Diciembre	8.88%
Total	79.93%

Nota Elaboración propia.

Tabla 52
 % Estacionalidad mensual 2021 – 2024.
Estacionalidad 2021-2024

Enero	12.38%
Febrero	14.38%
Marzo	13.38%
Abril	6.71%
Mayo	7.71%
Junio	5.71%
Julio	6.38%
Agosto	5.38%
Septiembre	4.38%
Octubre	6.88%
Noviembre	7.88%
Diciembre	8.88%
Total	100.00%

Nota Elaboración propia.

4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado

Programa de ventas en unidades:

Tabla 53
 Programa de Ventas en unidades 2020.

Mes	Estacionalidad 2020	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	7.03%	1,232	1,232
Febrero	8.03%	1,407	1,407
Marzo	9.03%	1,583	1,583
Abril	5.37%	941	941
Mayo	6.37%	1,117	1,117
Junio	4.37%	766	766
Julio	6.38%	1,118	1,118
Agosto	5.38%	943	943
Septiembre	4.38%	767	767
Octubre	13.57%	2,379	2,379
Noviembre	14.57%	2,555	2,555
Diciembre	15.57%	2,730	2,730
Total	100.000%	17,538	17,538

Nota Elaboración propia.

Tabla 54

Programa de Ventas en unidades 2021.

Mes	Estacionalidad 2021	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	7.583%	1,444	1,444
Febrero	9.583%	1,824	1,824
Marzo	8.583%	1,634	1,634
Abril	8.283%	1,577	1,577
Mayo	9.283%	1,767	1,767
Junio	7.283%	1,387	1,387
Julio	9.817%	1,869	1,869
Agosto	8.817%	1,679	1,679
Septiembre	7.817%	1,488	1,488
Octubre	6.650%	1,266	1,266
Noviembre	7.650%	1,456	1,456
Diciembre	8.650%	1,647	1,647
Total	100.000%	19,038	19,038

Nota Elaboración propia.

Tabla 55

Programa de Ventas en unidades 2022.

Mes	Estacionalidad 2022	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	7.583%	1,561	1,561
Febrero	9.583%	1,973	1,973
Marzo	8.583%	1,767	1,767
Abril	8.283%	1,705	1,705
Mayo	9.283%	1,911	1,911
Junio	7.283%	1,499	1,499
Julio	9.817%	2,021	2,021
Agosto	8.817%	1,815	1,815
Septiembre	7.817%	1,609	1,609
Octubre	6.650%	1,369	1,369
Noviembre	7.650%	1,575	1,575
Diciembre	8.650%	1,781	1,781
Total	100.000%	20,586	20,586

Nota Elaboración propia.

Tabla 56

Programa de Ventas en unidades 2023.

Mes	Estacionalidad 2023	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	7.583%	1,680	1,680
Febrero	9.583%	2,123	2,123
Marzo	8.583%	1,901	1,901
Abril	8.283%	1,835	1,835
Mayo	9.283%	2,056	2,056
Junio	7.283%	1,613	1,613
Julio	9.817%	2,175	2,175
Agosto	8.817%	1,953	1,953
Septiembre	7.817%	1,732	1,732
Octubre	6.650%	1,473	1,473
Noviembre	7.650%	1,695	1,695
Diciembre	8.650%	1,916	1,916
Total	100.000%	22,152	22,152

Nota Elaboración propia.

Tabla 57

Programa de Ventas en unidades 2024.

Mes	Estacionalidad 2023	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	7.583%	1,680	1,680
Febrero	9.583%	2,123	2,123
Marzo	8.583%	1,901	1,901
Abril	8.283%	1,835	1,835
Mayo	9.283%	2,056	2,056
Junio	7.283%	1,613	1,613
Julio	9.817%	2,175	2,175
Agosto	8.817%	1,953	1,953
Septiembre	7.817%	1,732	1,732
Octubre	6.650%	1,473	1,473
Noviembre	7.650%	1,695	1,695
Diciembre	8.650%	1,916	1,916
Total	100.000%	22,152	22,152

Nota Elaboración propia.

Programa de ventas en unidades e ingresos por canal de distribución:

Tabla 58

Pregunta 18: De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto – encuesta.

	%
Bioferias	15.100%
Tiendas orgánicas	17.400%
Farmacias	17.200%
online	13.400%
supermercados	20.400%
Tiendas especializadas	16.500%
Total	100.000%

Nota Elaboración propia.

Tabla 59

Redistribución.

	%	Redistribución
Bioferias	15.100%	30.38%
Tiendas orgánicas	17.400%	35.01%
Farmacias	17.200%	34.61%
Total	49.7%	100.0%

Nota Elaboración propia

BIOFERIAS: 30.40%

Unidades a vender:

Tabla 60

Programa de Ventas en unidades en bioferias 2020.

2020	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	374	374
Febrero	427	427
Marzo	481	481
Abril	286	286
Mayo	339	339
Junio	233	233
Julio	340	340
Agosto	287	287
Septiembre	233	233
Octubre	723	723
Noviembre	776	776
Diciembre	829	829
Total unidades	5,328	5,328

Nota Elaboración propia.

Tabla 61

Programa de Ventas en unidades en bioferias 2021.

2021	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	439	439
Febrero	554	554
Marzo	496	496
Abril	479	479
Mayo	537	537
Junio	421	421
Julio	568	568
Agosto	510	510
Septiembre	452	452
Octubre	385	385
Noviembre	442	442
Diciembre	500	500
Total unidades	5,783	5,783

Nota Elaboración propia.

Tabla 62

Programa de Ventas en unidades en bioferias 2022.

2022	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	474	474
Febrero	599	599
Marzo	537	537
Abril	518	518
Mayo	581	581
Junio	455	455
Julio	614	614
Agosto	551	551
Septiembre	489	489
Octubre	416	416
Noviembre	479	479
Diciembre	541	541
Total unidades	6,254	6,254

Nota Elaboración propia.

Tabla 63

Programa de Ventas en unidades en bioferias 2023.

2023	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	510	510
Febrero	645	645
Marzo	578	578
Abril	558	558
Mayo	625	625
Junio	490	490
Julio	661	661
Agosto	593	593
Septiembre	526	526
Octubre	448	448
Noviembre	515	515
Diciembre	582	582
Total unidades	6,731	6,731

Nota Elaboración propia

Tabla 64

Programa de Ventas en unidades en bioferias 2024.

2024	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	547	547
Febrero	691	691
Marzo	619	619
Abril	597	597
Mayo	669	669
Junio	525	525
Julio	708	708
Agosto	636	636
Septiembre	564	564
Octubre	479	479
Noviembre	552	552
Diciembre	624	624
Total unidades	7,211	7,211

Nota Elaboración propia

Tabla 65

Resumen del Programa de Ventas en unidades en bioferias 2020 – 2024.

	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml	5,328	5,783	6,254	6,731	7,211
Total unidades	5,328	5,783	6,254	6,731	7,211

Nota Elaboración propia

Tabla 66

Valor venta neto en unidades en bioferias

	S/
Valor venta al canal	63.56
Precio de venta al público	75.00
Margen del canal	0.00
Precio de venta al público	75.00

Nota Elaboración propia.

INGRESOS:

Tabla 67

Ingresos totales de ventas en bioferias 2020(importe en soles).

2020	S/	Total
Enero	23,771.19	23,771.19
Febrero	27,139.83	27,139.83
Marzo	30,572.03	30,572.03
Abril	18,177.97	18,177.97
Mayo	21,546.61	21,546.61
Junio	14,809.32	14,809.32
Julio	21,610.17	21,610.17
Agosto	18,241.53	18,241.53
Septiembre	14,809.32	14,809.32
Octubre	45,953.39	45,953.39
Noviembre	49,322.03	49,322.03
Diciembre	52,690.68	52,690.68
Valor venta	338,644.07	338,644.07
IGV	60,955.93	60,955.93
Ingresos	399,600.00	399,600.00

Nota Elaboración propia

Tabla 68

Ingresos totales de ventas en bioferias 2021(importe en soles).

2021	S/	Total
Enero	27,902.54	27,902.54
Febrero	35,211.86	35,211.86
Marzo	31,525.42	31,525.42
Abril	30,444.92	30,444.92
Mayo	34,131.36	34,131.36
Junio	26,758.47	26,758.47
Julio	36,101.69	36,101.69
Agosto	32,415.25	32,415.25
Septiembre	28,728.81	28,728.81
Octubre	24,470.34	24,470.34
Noviembre	28,093.22	28,093.22
Diciembre	31,779.66	31,779.66
Valor venta		367,563.56
IGV	66,161.44	66,161.44
Ingresos	433,725.00	433,725.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 69

Ingresos totales de ventas en bioferias 2022(importe en soles).

2022	SI.	Total
Enero	30,127.12	30,127.12
Febrero	38,072.03	38,072.03
Marzo	34,131.36	34,131.36
Abril	32,923.73	32,923.73
Mayo	36,927.97	36,927.97
Junio	28,919.49	28,919.49
Julio	39,025.42	39,025.42
Agosto	35,021.19	35,021.19
Septiembre	31,080.51	31,080.51
Octubre	26,440.68	26,440.68
Noviembre	30,444.92	30,444.92
Diciembre	34,385.59	34,385.59
Valor venta		397,500.00
IGV	71,550.00	71,550.00
Ingresos	469,050.00	469,050.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 70

Ingresos totales de ventas en bioferias 2023(importe en soles).

2023	SI.	Total
Enero	32,415.25	32,415.25
Febrero	40,995.76	40,995.76
Marzo	36,737.29	36,737.29
Abril	35,466.10	35,466.10
Mayo	39,724.58	39,724.58
Junio	31,144.07	31,144.07
Julio	42,012.71	42,012.71
Agosto	37,690.68	37,690.68
Septiembre	33,432.20	33,432.20
Octubre	28,474.58	28,474.58
Noviembre	32,733.05	32,733.05
Diciembre	36,991.53	36,991.53
Valor venta		427,817.80
IGV	77,007.20	77,007.20
Ingresos	504,825.00	504,825.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 71

Ingresos totales de ventas en bioferias 2024(importe en soles).

2024	Sl.	Total
Enero	32,449.15	32,449.15
Febrero	40,991.53	40,991.53
Marzo	36,720.34	36,720.34
Abril	35,415.25	35,415.25
Mayo	39,686.44	39,686.44
Junio	31,144.07	31,144.07
Julio	42,000.00	42,000.00
Agosto	37,728.81	37,728.81
Septiembre	33,457.63	33,457.63
Octubre	28,415.25	28,415.25
Noviembre	32,745.76	32,745.76
Diciembre	37,016.95	37,016.95
Valor venta	427,771.19	427,771.19
IGV	76,998.81	76,998.81
Ingresos	504,770.00	504,770.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 72

Resumen de Ingresos totales de ventas en bioferias 2020 - 2024(importe en soles).

	2020	2021	2022	2023	2024
Valor ventas	338,644.07	367,563.56	397,500.00	427,817.80	458,326.27
Total valor venta	338,644.07	367,563.56	397,500.00	427,817.80	458,326.27
IGV	60,955.93	66,161.44	71,550.00	77,007.20	82,498.73
Ingresos	399,600.00	433,725.00	469,050.00	504,825.00	540,825.00

Nota Elaboración propia.

TIENDAS ORGÁNICAS: 35.00%

UNIDADES A VENDER:

Tabla 73

Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2020.

2020	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	431	431
Febrero	493	493
Marzo	554	554
Abril	329	329
Mayo	391	391
Junio	268	268
Julio	391	391
Agosto	330	330
Septiembre	269	269
Octubre	833	833
Noviembre	895	895
Diciembre	956	956
Total unidades	6,140	6,140

Nota Elaboración propia.

Tabla 74

Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2021.

2021	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	506	506
Febrero	639	639
Marzo	572	572
Abril	552	552
Mayo	619	619
Junio	486	486
Julio	654	654
Agosto	588	588
Septiembre	521	521
Octubre	443	443
Noviembre	510	510
Diciembre	577	577
Total unidades	6,667	6,667

Nota Elaboración propia.

Tabla 75

Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2022.

2022	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	547	547
Febrero	691	691
Marzo	619	619
Abril	597	597
Mayo	669	669
Junio	525	525
Julio	708	708
Agosto	635	635
Septiembre	563	563
Octubre	479	479
Noviembre	551	551
Diciembre	624	624
Total unidades	7,208	7,208

Nota Elaboración propia.

Tabla 76

Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2023.

2023	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	588	588
Febrero	743	743
Marzo	666	666
Abril	642	642
Mayo	720	720
Junio	565	565
Julio	761	761
Agosto	684	684
Septiembre	606	606
Octubre	516	516
Noviembre	593	593
Diciembre	671	671
Total unidades	7,755	7,755

Nota Elaboración propia.

Tabla 77

Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2024.

2024	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	630	630
Febrero	796	796
Marzo	713	713
Abril	688	688
Mayo	771	771
Junio	605	605
Julio	816	816
Agosto	733	733
Septiembre	649	649
Octubre	552	552
Noviembre	636	636
Diciembre	719	719
Total unidades	8,308	8,308

Nota Elaboración propia.

Tabla 78

Resumen del Programa de Ventas en unidades en tiendas orgánicas 2020 – 2024.

	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml	6,140	6,667	7,208	7,755	8,308
Total unidades	6,140	6,667	7,208	7,755	8,308

Nota Elaboración propia.

Tabla 79

Valor de venta neto en tiendas orgánicas

	<i>S/.</i>
Valor venta al canal	S/. 50.00
Precio de venta al público	S/. 59.00
Margen 25%	S/. 14.75
Precio de venta al público	S/. 73.75

Nota Elaboración propia.

INGRESOS:

Tabla 80

Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2020 (importe en soles).

2020	S/.	Total
Enero	21,550.00	21,550.00
Febrero	24,650.00	24,650.00
Marzo	27,700.00	27,700.00
Abril	16,450.00	16,450.00
Mayo	19,550.00	19,550.00
Junio	13,400.00	13,400.00
Julio	19,550.00	19,550.00
Agosto	16,500.00	16,500.00
Septiembre	13,450.00	13,450.00
Octubre	41,650.00	41,650.00
Noviembre	44,750.00	44,750.00
Diciembre	47,800.00	47,800.00
Valor venta	307,000.00	307,000.00
IGV	55,260.00	55,260.00
Ingresos	362,260.00	362,260.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 81

Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2021 (importe en soles).

2021	SI.	Total
Enero	25,300.00	25,300.00
Febrero	31,950.00	31,950.00
Marzo	28,600.00	28,600.00
Abril	27,600.00	27,600.00
Mayo	30,950.00	30,950.00
Junio	24,300.00	24,300.00
Julio	32,700.00	32,700.00
Agosto	29,400.00	29,400.00
Septiembre	26,050.00	26,050.00
Octubre	22,150.00	22,150.00
Noviembre	25,500.00	25,500.00
Diciembre	28,850.00	28,850.00
Valor venta	333,350.00	333,350.00
IGV	60,003.00	60,003.00
Ingresos	393,353.00	393,353.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 82

Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2022 (importe en soles).

2022	SI.	Total
Enero	27,350.00	27,350.00
Febrero	34,550.00	34,550.00
Marzo	30,950.00	30,950.00
Abril	29,850.00	29,850.00
Mayo	33,450.00	33,450.00
Junio	26,250.00	26,250.00
Julio	35,400.00	35,400.00
Agosto	31,750.00	31,750.00
Septiembre	28,150.00	28,150.00
Octubre	23,950.00	23,950.00
Noviembre	27,550.00	27,550.00
Diciembre	31,200.00	31,200.00
Valor venta		360,400.00
IGV	64,872.00	64,872.00
Ingresos	425,272.00	425,272.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 83

Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2023 (importe en soles).

2023	SI.	Total
Enero	29,400.00	29,400.00
Febrero	37,150.00	37,150.00
Marzo	33,300.00	33,300.00
Abril	32,100.00	32,100.00
Mayo	36,000.00	36,000.00
Junio	28,250.00	28,250.00
Julio	38,050.00	38,050.00
Agosto	34,200.00	34,200.00
Septiembre	30,300.00	30,300.00
Octubre	25,800.00	25,800.00
Noviembre	29,650.00	29,650.00
Diciembre	33,550.00	33,550.00
Valor venta		387,750.00
IGV	69,795.00	69,795.00
Ingresos	457,545.00	457,545.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 84

Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2024 (importe en soles)

2024	SI.	Total
Enero	31,500.00	31,500.00
Febrero	39,800.00	39,800.00
Marzo	35,650.00	35,650.00
Abril	34,400.00	34,400.00
Mayo	38,550.00	38,550.00
Junio	30,250.00	30,250.00
Julio	40,800.00	40,800.00
Agosto	36,650.00	36,650.00
Septiembre	32,450.00	32,450.00
Octubre	27,600.00	27,600.00
Noviembre	31,800.00	31,800.00
Diciembre	35,950.00	35,950.00
Valor venta	415,400.00	415,400.00
IGV	74,772.00	74,772.00
Ingresos	490,172.00	490,172.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 85

Resumen de Ingresos totales de ventas en tiendas orgánicas 2020 - 2024 (importe en soles)

	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml	307,000.00	333,350.00	360,400.00	387,750.00	415,400.00
Total valor venta	307,000.00	333,350.00	360,400.00	387,750.00	415,400.00
IGV	55,260.00	60,003.00	64,872.00	69,795.00	74,772.00
Ingresos	362,260.00	393,353.00	425,272.00	457,545.00	490,172.00

Nota Elaboración propia.

FARMACIAS: 34.6%: UNIDADES A VENDER:

Tabla 86

Programa de Ventas en unidades en farmacias 2020.

2020	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	426	426
Febrero	487	487
Marzo	548	548
Abril	326	326
Mayo	387	387
Junio	265	265
Julio	387	387
Agosto	326	326
Septiembre	265	265
Octubre	823	823
Noviembre	884	884
Diciembre	945	945
Total unidades	6,069	6,069

Nota Elaboración propia.

Tabla 87

Programa de Ventas en unidades en farmacias 2021.

2021	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	500	500
Febrero	631	631
Marzo	565	565
Abril	546	546
Mayo	612	612
Junio	480	480
Julio	647	647
Agosto	581	581
Septiembre	515	515
Octubre	438	438
Noviembre	504	504
Diciembre	570	570
Total unidades	6,589	6,589

Nota Elaboración propia.

Tabla 88

Programa de Ventas en unidades en farmacias 2022.

2022	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	540	540
Febrero	683	683
Marzo	612	612
Abril	590	590
Mayo	661	661
Junio	519	519
Julio	699	699
Agosto	628	628
Septiembre	557	557
Octubre	474	474
Noviembre	545	545
Diciembre	616	616
Total unidades	7,124	7,124

Nota Elaboración propia

Tabla 89

Programa de Ventas en unidades en farmacias 2023

2023	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	581	581
Febrero	735	735
Marzo	658	658
Abril	635	635
Mayo	712	712
Junio	558	558
Julio	753	753
Agosto	676	676
Septiembre	599	599
Octubre	510	510
Noviembre	587	587
Diciembre	663	663
Total unidades	7,667	7,667

Nota Elaboración propia

Tabla 90

Programa de Ventas en unidades en farmacias 2024.

2024	Bloqueador 150 ml	Total
Enero	623	623
Febrero	787	787
Marzo	705	705
Abril	680	680
Mayo	762	762
Junio	598	598
Julio	806	806
Agosto	724	724
Septiembre	642	642
Octubre	546	546
Noviembre	628	628
Diciembre	710	710
Total unidades	8,211	8,211

Nota Elaboración propia

Tabla 91

Resumen del Programa de Ventas en unidades en farmacias 2020 – 2024.

	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml	6,069	6,589	7,124	7,667	8,211
Total unidades	6,069	6,589	7,124	7,667	8,211

Nota Elaboración propia

Tabla 92

Valor de venta neto en farmacias.

	S/.
Valor venta al canal	S/. 50.00
Precio de venta al público	S/. 59.00
Margen 30%	S/. 17.70
Precio de venta al público	S/. 76.70

Nota Elaboración propia.

INGRESOS:

Tabla 93

Ingresos totales de ventas en farmacias 2020 (importe en soles).

2020	S/.	Total
Enero	21,300.00	21,300.00
Febrero	24,350.00	24,350.00
Marzo	27,400.00	27,400.00
Abril	16,300.00	16,300.00
Mayo	19,350.00	19,350.00
Junio	13,250.00	13,250.00
Julio	19,350.00	19,350.00
Agosto	16,300.00	16,300.00
Septiembre	13,250.00	13,250.00
Octubre	41,150.00	41,150.00
Noviembre	44,200.00	44,200.00
Diciembre	47,250.00	47,250.00
Valor venta	303,450.00	303,450.00
IGV	54,621.00	54,621.00
Ingresos	358,071.00	358,071.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 94

Ingresos totales de ventas en farmacias 2021 (importe en soles).

2021	S/.	Total
Enero	25,000.00	25,000.00
Febrero	31,550.00	31,550.00
Marzo	28,250.00	28,250.00
Abril	27,300.00	27,300.00
Mayo	30,600.00	30,600.00
Junio	24,000.00	24,000.00
Julio	32,350.00	32,350.00
Agosto	29,050.00	29,050.00
Septiembre	25,750.00	25,750.00
Octubre	21,900.00	21,900.00
Noviembre	25,200.00	25,200.00
Diciembre	28,500.00	28,500.00
Valor venta	329,450.00	329,450.00
IGV	59,301.00	59,301.00
Ingresos	388,751.00	388,751.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 95

Ingresos totales de ventas en farmacias 2022 (importe en soles).

2022	S/.	Total
Enero	27,000.00	27,000.00
Febrero	34,150.00	34,150.00
Marzo	30,600.00	30,600.00
Abril	29,500.00	29,500.00
Mayo	33,050.00	33,050.00
Junio	25,950.00	25,950.00
Julio	34,950.00	34,950.00
Agosto	31,400.00	31,400.00
Septiembre	27,850.00	27,850.00
Octubre	23,700.00	23,700.00
Noviembre	27,250.00	27,250.00
Diciembre	30,800.00	30,800.00
Valor venta	356,200.00	356,200.00
IGV	64,116.00	64,116.00
Ingresos	420,316.00	420,316.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 96

Ingresos totales de ventas en farmacias 2023 (importe en soles).

2023	S/.	Total
Enero	29,050.00	29,050.00
Febrero	36,750.00	36,750.00
Marzo	32,900.00	32,900.00
Abril	31,750.00	31,750.00
Mayo	35,600.00	35,600.00
Junio	27,900.00	27,900.00
Julio	37,650.00	37,650.00
Agosto	33,800.00	33,800.00
Septiembre	29,950.00	29,950.00
Octubre	25,500.00	25,500.00
Noviembre	29,350.00	29,350.00
Diciembre	33,150.00	33,150.00
Valor venta	383,350.00	383,350.00
IGV	69,003.00	69,003.00
Ingresos	452,353.00	452,353.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 97

Ingresos totales de ventas en farmacias 2024 (importe en soles)

2024	Sl.	Total
Enero	31,150.00	31,150.00
Febrero	39,350.00	39,350.00
Marzo	35,250.00	35,250.00
Abril	34,000.00	34,000.00
Mayo	38,100.00	38,100.00
Junio	29,900.00	29,900.00
Julio	40,300.00	40,300.00
Agosto	36,200.00	36,200.00
Septiembre	32,100.00	32,100.00
Octubre	27,300.00	27,300.00
Noviembre	31,400.00	31,400.00
Diciembre	35,500.00	35,500.00
Valor venta	410,550.00	410,550.00
IGV	73,899.00	73,899.00
Ingresos	484,449.00	484,449.00

Nota Elaboración propia

Tabla 98

Resumen de Ingresos totales de ventas en farmacias 2020 (importe en soles).

	2020	2021	2022	2023	2024
Valor de venta	303,450.00	329,450.00	356,200.00	383,350.00	410,550.00
Total valor venta	303,450.00	329,450.00	356,200.00	383,350.00	410,550.00
IGV	54,621.00	59,301.00	64,116.00	69,003.00	73,899.00
Ingresos	358,071.00	388,751.00	420,316.00	452,353.00	484,449.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 99

Resumen total del programa de ventas 2020 – 2024.

	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml	17,537	19,039	20,586	22,153	23,730
Total unidades a vender	17,537	19,039	20,586	22,153	23,730

Nota Elaboración propia.

Tabla 100

Resumen total de ingresos 2020 - 2024 (importe en soles).

	2020	2021	2022	2023	2024
Valor de venta	949,094.07	1,030,363.56	1,114,100.00	1,198,917.80	1,284,276.27
Total valor venta	949,094.07	1,030,363.56	1,114,100.00	1,198,917.80	1,284,276.27
IGV	170,836.93	185,465.44	200,538.00	215,805.20	231,169.73
Total Ingresos	1,119,931.00	1,215,829.00	1,314,638.00	1,414,723.00	1,515,446.00
crecimiento		8.563%	8.127%	7.613%	7.120%

Nota Elaboración propia.

4.3 Mezcla de marketing

4.3.1 Producto.

La elaboración del bloqueador es con aceite de Caléndula y Semillas de Frambuesa. Forma parte de su composición con el agua purificada y óxido de zinc. El primer insumo natural es el aceite de caléndula con su alto contenido en vitamina E, siendo un antioxidante que combate las bacterias ocasionada por la contaminación del aire y radiación UV. El segundo

insumo es el aceite de semillas de frambuesa con la vitamina C, dentro de sus beneficios es el colágeno que contribuye con el crecimiento y reparación de la piel por algún daño causado.

a) La marca:

Es resultado de la palabra “LIFE” que significa vida, más la imagen de los insumos de Caléndula y Frambuesa. Su objetivo es penetrar en el pensamiento de los consumidores como producto natural. La marca recoge elementos visuales de nuestra idea de negocio para nuestro producto a comercializar.

Para la construcción se usó la tipografía, como herramienta para poder crear y posterior obtener en edición impresa. También, aplicaciones cromáticas para la evolución de la marca en fondo y forma. La marca fue evolucionando de acuerdo a la información que se fue obteniendo en el proceso de creación del producto y en el segundo focus group.

Tabla 101

Imagen de la marca inicial y final.

IMAGEN INICIAL	IMAGEN FINAL
	

Nota Elaboración propia.

b) Envase:

Los envases serán de polipropileno con una presentación de 150 ml.

c) Certificación:

El producto tendrá una certificación de DIGEMID esto “garantiza el acceso a productos de alta calidad y eficaces”, cumpliendo con todos los estándares sanitarios.

d) Etiqueta:

La etiqueta consta por la parte anterior, el logo con las especificaciones más relevantes de un producto. En la parte posterior consta de las especificaciones del contenido, detalle de las contra indicaciones, código de barra del producto.

Tabla 102

Composición bloqueadora solar 50SPF.

Óxido de Zinc	20.00%
Dióxido de Titanio	4.00%
Aceite de Caléndula	2.50%
Aceite de semillas de frambuesa	4.00%
Goma Xanthan	0.30%
Aceite de Lavanda	1.00%
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Ceteareth 20 / Steareth 20)	3.00%
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	4.00%
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	1.00%
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	1.00%
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	3.00%
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	2.00%
Glicerina	5.00%
Agua purificada	49.20%
TOTAL	100.00%

Nota Elaboración propia.



COMPOSICIÓN	
Oxido de Zinc	20.00%
Dioxido de Titanio	4.00%
Aceite de Caléndula	2.50%
Aceite de semillas de frambuesa	4.00%
Goma Xanthan	3.00%
Aceite de Lavanda	1.00%
Emulim Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Ceteareth 20 / Steareth 20)	3.00%
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	4.00%
Amphisol k (Potasio Cetil Fosfato)	1.00%
Geogard 221 (Benzil alcohol / Acido Dehidroacético)	1.00%
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	3.00%
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	2.00%
Glicerina	5.00%
Agua purificada	49.50%
TOTAL	100.00%

CONSERVAR EL AMBIENTE LIMPIO, FRESCO Y SECO

CARACTERÍSTICAS	
Emulsión de ligera viscosidad, aspecto homogéneo, color y olor característico	
pH.....	6,3 - 6,9
Viscosidad.....	11 000 - 12 000 cps

Bloqueador Solar FPS 50 con Filtro orgánico (Benzophenona) y Antioxidantes (Vitamina A y C)
Uso: Aplicación directa sobre la piel. Debe ser aplicado 30 minutos antes de exponerse a los rayos solares. **Observaciones:** Si nota enrojecimiento en su piel u otro tipo de alergia, suspender su uso y consultar con su dermatologo de confianza.

PRODUCIDO Y ENVASADO POR:
EKO SKIN SAC R.U.C. N° 20400222011
 Calle Pablo Neruda N° 330 - Urb. Coop. Universal - Santa Anita - Lima



4 719851 441561






Figura 50. Etiqueta con información.

Elaboración propia.

Características del producto:

- FPS 50
- Emulsión de ligera viscosidad, aspecto homogéneo, color y olor característico.
- pH: 6.30 – 6.90
- Viscosidad: 11 000 – 12 000 cps
- (Equipo Brookfield Ultra Reometer, 20 rpm, Spindle 6, T°: 23°C, Torque 23.5%, Tiempo: 1 min)

a) Presentación:

El pack resalta el diseño de los aceites elegidos y sus colores.



Figura 51. Protector solar Biolife.

Elaboración propia.

4.3.2 Precio.

El precio fue definido por el resultado del estudio de mercado de nuestro segmento de hombres y mujeres de 30 a 59 años de nivel socioeconómico A y B de Lima metropolitana de la zona 6 y 7. El precio estimado es de S/70.

Por ser un producto nuevo debemos analizar los precios actuales del mercado de la competencia que a continuación se presentan.

Precios de la competencia.

PRODUCTOS COMPETENCIA	PRECIOS AL CONSUMIDOR	DESCRIPCIÓN
Yauvana	S/57.80	Bloqueador natural con aceite de lavanda y menta
Badge	S/53.30	Bloqueador impermeable a prueba de sudor, sin perfume
Derma- E	S/71.90	Bloqueador natural con vitamina E y Te verde
Alba botánica	S/53.30	Bloqueador natural 100% vegetariano
De vita	S/93.90	Bloqueador natural sin nanotecnología

Nota Elaboración propia.

4.3.3 Plaza.

A partir de la encuesta los canales de distribución para comercializar el producto son supermercados, farmacias y tiendas orgánicas. Debido a las altas barreras de entrada para los supermercados y analizando el costo / beneficio concluimos en incluir los siguientes dos canales: bio ferias, farmacias y tiendas orgánicas. Aún se está evaluando el ingreso a supermercados en el estudio.

a) Farmacias:

Las farmacias con mayor posicionamiento en el mercado son Mifarma e Inkafarma, cadenas que se encuentran con facilidad en las zonas 6 y 7 de lima metropolitana. En cada instalación de farmacia cuentan con secciones para cremas dermatológicas.

Tabla 104

Dirección de farmacias.

Farmacias	Dirección	Distrito
Inkafarma	Av. la Molina 281	La Molina
Inkafarma	Av. Ricardo Elías Aparicio 695	La Molina
Mifarma	Tahiti 129	La Molina
Mifarma	Av. Caminos del Inca 1106	Surco
Mifarma	Centro Comercial Monterrico	Surco
Mifarma	Av. Dos de Mayo 1608	San Isidro
Mifarma	Av. Gral. Juan Antonio Pezet 1499	San Isidro
Inkafarma	Av. Aviación 3080	San Borja
Inkafarma	Av. San Borja Sur 896	San Borja
Inkafarma	Av. Mariscal La Mar 994	Miraflores
Inkafarma	Av. 28 de Julio 518	Miraflores
Inkafarma	Av. Arnaldo Márquez 1294	Jesús María
Mifarma	Av. Antonio José de Sucre 685	Pueblo libre
Mifarma	Av. Arenales 3520	Lince
Inkafarma	Av. Brigida Silva de Ochoa 170	San miguel
Inkafarma	Av. Javier Prado Oeste 999	Magdalena del mar

Nota Elaboración propia.

b) Bioferias:

Los mercados ecológicos serán intermediarios para poder promover nuestro producto, que está elaborado con insumos naturales siendo canales indirectos

La venta por medio de bioferias, también forma parte de nuestra fuerza de ventas, según resultados de nuestra encuesta.

Tabla 105

Dirección de Bioferias.

Bioferias	Dirección	Distrito
Bioferia de Miraflores	Parque Reducto N°2	Miraflores
Eco Market	Calle Miguel Dasso	San Isidro
Ecoferia	Av. Cesar Vallejo	Lince
Bioferia	Alameda del Corregidor	La Molina
Bio Mercado	Costa Verde, Domos Art	San Miguel

Nota: Elaboración propia.

4.3.4 Promoción.

Nuestro producto busca el posicionamiento por medio del internet y canales de información donde muestra los beneficios que aportara. Se creará alianzas estratégicas para poder llegar al público objetivo

4.3.4.1 Campaña de Lanzamiento.

Objetivos:

El objetivo de esta campaña es dar a conocer al mercado los beneficios y del cuidado de la piel, así como también lograr la fidelización para de esa manera posicionar nuestra marca en el mercado.

Estrategia de lanzamiento:

Nuestro producto esté destinado a captar al mercado objetivo que formen parte de la zona 6 y 7 (lima metropolitana) con nivel socioeconómico A y B y estén dentro de la edad de 30 a 59 años.

Para lograr cumplir con nuestro objetivo se deberá establecer un plan de marketing en el cual deberá contar con el procedimiento de las líneas de acción que se deberá lograr entre ellos podemos están:

- Campaña de lanzamiento
- Afiches en físico y afiches digitales por medios de redes sociales
- Promociones de ventas
- Sampling
- Merchandising

- Publicidad digital (redes sociales)

Nuestro proyecto está comprometido con el apoyo de la lucha contra el cáncer a la piel y por ello realizaremos campaña en el cual se incentive el uso adecuado de bloqueadores no solo en la estación de verano si no todo el año, ya que los rayos UVB están presente todo el año. Y por ello estas campañas ayudaran a tomar conciencia a un mejor cuidado de nuestra piel.

4.3.4.2 Promoción para todos los años.

Las promociones tienen la finalidad de demostrar nuestro bloqueador. Ofreceremos descuentos, convenios que estarán más al alcance de nuestro público objetivo. Las promociones se manejaré, según la estacionalidad del mercado para poder incentivar el consumo y tenga mayor demanda.



*Figura 52.*Accesosios como promoción.

Elaboración propia.



*Figura 53.*Carteras en promoción Biolife.

Elaboración propia.



Figura 54. Productos en promoción Biolife.
Elaboración propia.



Figura 55. Protector solar Biolife.
Elaboración propia



Figura 56. Publicidad de Biolife.
Elaboración propia.



Figura 57. Polo y gorro de Biolife.
Elaboración propia.

Tabla 106
Presupuesto de promoción para todos los años.

Año 2019	Noviembre	Diciembre
Página WEB		
Diseño	S/1,300.00	
Hosting	S/250.00	
Dominio	S/50.00	
Redes sociales		
Diseño	S/500.00	
Facebook	S/170.00	S/170.00
Instagram	S/120.00	S/120.00
Influencers	S/1,200.00	S/1,200.00
Material		
Diseño Flyer	S/215.00	S/215.00
Impresión Flyers	S/450.00	S/450.00
Publicidad (Gorros/polos/bolsas)	S/500.00	S/500.00
Actividades		
Samplings	S/3,500.00	S/3,500.00
Activaciones	S/5,000.00	S/5,000.00
Total Mensual	S/13,255.00	S/11,155.00
Total Anual	S/24,410.00	

Nota Elaboración propia.

Tabla 107

Presupuesto de promoción 2020

Año 2020	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Página WEB												
Diseño											S/0.00	
Hosting											S/250.00	
Dominio											S/50.00	
Redes sociales												
Diseño												
Facebook	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00
Instagram	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Influencers	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/0.00	S/1,200.00	S/1,200.00						
Material												
Diseño Flyer	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00
Impresión Flyers	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00
Publicidad (Gorros/polos/bolsas)	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00
Actividades												
Samplings	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00
Activaciones	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00
Total Mensual	S/11,155.00	S/11,155.00	S/11,155.00	S/9,955.00	S/11,455.00	S/11,155.00						
Total Anual	S/125,760.00											

Nota Elaboración propia

Tabla 108

Presupuesto de promoción 2021

Año 2021	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Página WEB												
Diseño											S/0.00	
Hosting											S/250.00	
Dominio											S/50.00	
Redes sociales												
Diseño												
Facebook	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00
Instagram	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Influencers	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/0.00	S/1,200.00	S/1,200.00						
Material												
Diseño Flyer	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00
Impresión Flyers	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00
Publicidad (Gorros/polos/bolsas)	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00
Actividades												
Samplings	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00
Activaciones	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00	S/5,000.00
Total Mensual	S/11,155.00	S/11,155.00	S/11,155.00	S/9,955.00	S/11,455.00	S/11,155.00						
Total Anual	S/125,760.00											

Nota Elaboración propia

Tabla 109

Presupuesto de promoción 2022.

Año 2022	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Página WEB												
Diseño											S/0.00	
Hosting											S/250.00	
Dominio											S/50.00	
Redes sociales												
Diseño												
Facebook	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00
Instagram	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Influencers	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/0.00	S/1,200.00	S/1,200.00						
Material												
Diseño Flyer	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00
Impresión Flyers	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00
Publicidad (Gorros/polos/bolsas)	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00
Actividades												
Samplings	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00
Activaciones	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00
Total Mensual	S/11,655.00	S/11,655.00	S/11,655.00	S/10,455.00	S/11,955.00	S/11,655.00						
Total Anual	S/131,760.00											

Nota Elaboración propia.

Tabla 110

Presupuesto de promoción 2023.

Año 2023	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Página WEB												
Diseño											S/0.00	
Hosting											S/250.00	
Dominio											S/50.00	
Redes sociales												
Diseño												
Facebook	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00
Instagram	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Influencers	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/0.00	S/1,200.00	S/1,200.00						
Material												
Diseño Flyer	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00
Impresión Flyers	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00
Publicidad (Gorros/polos/bolsas)	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00
Actividades												
Samplings	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00
Activaciones	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00
Total Mensual	S/11,655.00	S/11,655.00	S/11,655.00	S/10,455.00	S/11,955.00	S/11,655.00						
Total Anual	S/131,760.00											

Nota Elaboración propia.

Tabla 111

Presupuesto de promoción 2024.

Año 2024	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Página WEB												
Diseño											S/0.00	
Hosting											S/250.00	
Dominio											S/50.00	
Redes sociales												
Diseño												
Facebook	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00	S/170.00
Instagram	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Influencers	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/0.00	S/1,200.00	S/1,200.00						
Material												
Diseño Flyer	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00	S/215.00
Impresión Flyers	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00
Publicidad (Gorros/polos/bolsas)	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00	S/500.00
Actividades												
Samplings	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00	S/3,500.00
Activaciones	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00	S/5,500.00
Total Mensual	S/11,655.00	S/11,655.00	S/11,655.00	S/10,455.00	S/11,955.00	S/11,655.00						
Total Anual	S/131,760.00											

Nota Elaboración propia.

Capítulo V. Estudio de Legal y Organizacional

5.1 Estudio Legal

5.1.1 Forma Societaria.

Nuestra empresa, EKO SKIN SAC, ha determinado que se establecerá como una sociedad anónima cerrada, de acuerdo a las leyes establecidas (Ley General de Sociedades Nro. 26887, promulgada 5 de diciembre de 1997 y publicada el 09 de diciembre de 1997). La compañía cuenta con 5 socios, y con un capital social de S/206,150 nuevos soles, representado por 206,150 acciones nominativas de un valor nominal de S/1.00 cada una dividida de la siguiente manera:

- 20% de las acciones, es decir 41.230 acciones corresponde a la señorita Eboni Rossmery Baldeón Yauri aportando a la sociedad la suma de S/ 41.230 soles.
- 20% de las acciones, es decir 41.230 acciones corresponde a la señorita Kerstin Milagros Ligarda Mansilla aportando a la sociedad la suma de S/41.230 soles.
- 20% de las acciones, es decir 41.230 acciones corresponde al señor Freddy Angel Muñoz Rubio aportando a la sociedad la suma de S/41.230 soles
- 20% de las acciones, es decir 41.230 acciones corresponde a la señorita Joselyn Elizabeth Yllaconza Quinto aportando a la sociedad la suma de S/41.230 soles
- 20% de las acciones, es decir 41.230 acciones corresponde al señor Teófilo Rudy Yupanqui Guevara aportando a la sociedad la suma de S/41.230 soles.

Tabla 112

Aporte de los accionistas.

Nro.	Socios	Acciones	Aporte
1	Eboni Rossmery Baldeón Yauri	41,230	20 %
2	Kerstin Milagros Ligarda Mansilla	41,230	20%
3	Freddy Angel Muñoz Rubio	41,230	20%
4	Joselyn Elizabeth Yllaconza Quinto	41,230	20%
5	Teofilo Rudy Yupanqui Guevara	41,230	20%

Nota Elaboración propia.

La empresa estará compuesta inicialmente por:

- Representante Legal: Señor Freddy Ángel Muñoz Rubio
- Socios los demás accionistas

5.1.1.1 Actividades.

El procedimiento que se debe tener en cuenta para la constitución de la empresa:

Constitución de la empresa:

- Búsqueda y reserva de nombre: se recomienda realizar la verificación del nombre que se está determinando para la empresa. El nombre elegido no debe tener ninguna igualdad o coincidencia con alguna otra empresa. Luego debemos realizar

la reserva del nombre para que ninguna otra persona pueda ingresar con ese nombre.

- Elaboración de la minuta de constitución de la empresa: en este documento los miembros de la empresa manifiestan la voluntad de constituirla. La minuta deberá tener el pacto social, los estatutos y acuerdos de los socios.
- Elaboración de escritura pública ante al notario: ya elaborado el documento se procederá a llevarlo a un notario para que pueda revisarlo y lo eleve a escritura pública, deberá ser firmado por los 5 socios y sellado, firmado por el notario.
- Inscripción de la empresa en el registro de personas jurídicas de la SUNARP: se deberá llevar la escritura pública a la SUNARP para realizar la inscripción el cual tiene un plazo de calificación de un aproximado de 24 horas desde que se realiza la inscripción en los registros públicos.
- Inscripción en la SUNAT: Se solicita el RUC, se deberá acercarse a un centro de atención de servicios al contribuyente para pueda obtener el número que le identificará como contribuyente.
 - DNI del representante legal
 - Ficha o partida electrónica certificada por registros públicos, con una antigüedad no mayor a 30 días calendario.

5.1.1.2 Valorización.

A continuación, se detallan los precios que incurrirían para la constitución de la empresa.

Tabla 113
Valorización para la constitución de la Empresa.

Actividades	Duración	Costo
Búsqueda por nombre	por un día	S/ 5,00
Reserva de nombre	vigencia de 30 días	S/ 20,00
Minuta de constitución y escritura pública	7 días hábiles	S/ 1146.00
Inscripción del RUC	un día hábil	Gratuito
Legalización de libros (acta –matricula de acciones)	un día hábil	S/ 100.00
Emisión de facturas y boletas - electrónicos	-	Gratuito
TOTAL		S/ 1271.00

Nota Elaboración propia.

5.1.2 Registro de marcas y patentes.

El registro de la marca se realizará en el instituto nacional de defensa de la competencia y de la protección intelectual (INDECOPI).

El registro de la marca es la manera más efectiva de protegerla frente a posibles copias o imitaciones por parte de quienes se quieran aprovechar del prestigio que tenga la empresa.

El registro convertirá a la compañía en dueños de la marca, lo cual será vigente por los siguientes diez años a partir de la suscripción.

5.1.2.1 Actividades.

- Búsqueda de antecedentes registrales: (búsqueda fonética y búsqueda figurativa)
- Presentación de solicitud de registro: se deberá presentar tres ejemplares de solicitud a INDECOPI
- Publicación en el diario el peruano: se da dentro de los 30 días después de haber recibido la orden de publicación de la marca.

5.1.2.2 Valorización.

Tabla 114
Costos de Marcas y Patentes.

Actividades	Duración	Costo
Búsqueda Fonética – clase 3	4 días hábiles	S/ 69.90
Búsqueda Figurativa – clase 3	4 días hábiles	S/ 90.60
Registro de marca	Aprox. 45 días hábiles	S/ 534.99
Publicación de marca en Diario el Peruano	-	S/ 72.00
TOTAL		S/ 767.49

Nota Elaboración propia.

5.1.3 Licencia y autorizaciones.

EKO SKIN SAC se ubicarán en el Jr. Talara 167. San Juan de Miraflores. Lima.

670 m2, posterior a ello debemos realizar los trámites y permisos establecidos por la ley Nro. 28976.

Licencia de funcionamiento

Es el permiso de funcionamiento que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas, ya sea como persona natural o jurídica.

- Obtener la licencia nos permitirá la realización de actividades económicas legalmente.
- Permitirá acreditar la formalidad del negocio.
- Favorece el acceso al mercado como una entidad pública y privada.
- Garantiza a la empresa el libre desarrollo de la actividad económica, autorizada por la municipalidad.

El trámite de la licencia de funcionamiento se deberá realizar en la municipalidad del distrito en el que se quiere desarrollar la actividad económica.

Los aspectos que llega a evaluar la municipalidad para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento es la zonificación, compatibilidad de uso y condiciones de seguridad en defensa civil.

La vigencia de la licencia de funcionamiento es de tiempo indeterminado, también pueden otorgar licencia de funcionamiento temporal con vigencia de 1 año.

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento se necesitará los siguientes requisitos:

- Solicitud de licencia de funcionamiento: con carácter de declaración jurada en el cual deberá tener los datos del N° de RUC y DNI del solicitante.
- DNI del representante legal
- Vigencia de poder del representante legal
- Declaración Jurada de Observancia de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil

▪ **Instituto nacional de defensa civil (INDECI)**

Es el organismo encargado de la organización de la población, coordinación, planeamiento y control de las actividades de defensa civil, así como liderar la gestión del riesgo de desastres en armonía con la política de estado en prevención de desastres.

Para poder obtener el certificado de defensa civil debemos tener en cuenta lo siguiente

- La empresa deberá contar con los planos del local. Deberá estar hecho por un arquitecto.
- El personal deberá estar capacitado en primeros auxilios y acciones para los casos de incendios u otros accidentes.
- El local deberá contar con las señalizaciones necesarias ante un caso de siniestro dentro del local.

▪ **Dirección general de medicamentos insumos y drogas (DIGEMID)**

Es un órgano de la línea del ministerio de salud, creado con el decreto legislativo Nro. 584. La institución tiene como objetivo lograr que la población tenga acceso a medicamentos seguros, eficaces y de calidad y que estos sean usados racionalmente.

La empresa deberá seguir los siguientes pasos para poder obtener el certificado de DIGEMID:

- Contar con el N° de RUC como persona jurídica
- Contar con los servicios de un químico farmacéutico profesional (profesional especialista en temas regulatorios)
- Debe contar con un local que cuente con un área administrativa y un área de almacén

- Iniciar el trámite de Registro ingresando a VUCE página web
- Buscar el trámite de acuerdo al procedimiento TUPA y genera solicitud
- Se evalúa el cumplimiento de los requisitos
- Se realiza el pago en el banco de la nación
- Ya con el Boucher de pago se deberá ingresar los datos (producto, establecimiento, requisitos, trámites) en VUCE.
- Se procederá a realizar la evaluación del expediente
- Si no existiera ninguna observación, se dictará la resolución y aprobación
- Se escanea y publica resultados

Cuando sea aprobada la solicitud, se le entregará a la empresa la resolución directoral de autorización sanitaria de funcionamiento, luego se procederá a elaborar el certificado de Buenas Prácticas de almacenamiento provisional por 6 meses, para la renovación de dicho certificado de BPM será entregado por el Ministerio de Salud, se deberá solicitar con 45 días de anticipación antes del vencimiento.

5.1.3.1 Actividad.

- Inscripción y solicitud para otorgamiento de certificado de DIGEMID Y el certificado de BPM
- Solicitar el certificado de INDECI, el cual tendrá que cumplir con las observaciones que pueda dar la entidad
- Solicitud de la licencia de funcionamiento para ello ya debemos haber obtenido el certificado de INDECI para que nos puedan otorgar la licencia de funcionamiento.

5.1.3.2 Valorización.

Tabla 115
Licencias y Autorizaciones.

Actividades	Observaciones	Costo
solicitud de licencia de funcionamiento	Un área más de 670m2	S/ 215.85
solicitud de certificado de INDECI	Un área más de 670m2	S/ 310.50
Solicitud de inscripción DIGEMID	-	S/ 390.00
Costo de inspección de defensa civil	Un área más de 670m2	S/ 308.00
TOTAL		S/1224.35

Nota Elaboración propia.

5.1.4 Legislación laboral.

La empresa EKO SKIN SAC se acogerá al régimen laboral de la MYPE, que fue aprobado según decreto legislativo n°667 por la asamblea legislativa.

Las características que comprende este régimen de pequeña empresa es que la venta anual no supere el monto máximo de 1700 UITs.

Para que la empresa califique como pequeña empresa debe estar inscrita en el registro nacional de micro y pequeña empresa (REMYPE). La inscripción se realiza por medio de la página web del MTPE Y para ello se deberá contar con la clave SOL.

Los beneficios que se establece para el régimen MYPE son los siguientes:

- Remuneración mínima vital, que actualmente es de S/ 930.00 nuevos soles
- La jornada laboral máxima es de 8 horas diarias o 48 horas semanales
- Un descanso físico semanal obligatorio de 24 horas
- Las gratificaciones legales son equivalentes a la mitad de remuneración que perciba el trabajador que se dará dos veces al año por fiestas patrias y navidad.
- La compensación por tiempo de servicios asciende a medio sueldo al año
- La participación de utilidades será el pago conforme a ley
- El descanso vacacional es de 15 días por cada año de servicios
- Los trabajadores deberán afiliarse obligatoriamente al sistema privado de pensiones o sistema nacional de pensiones.
- Los trabajadores tienen derecho a ser inscritos al sistema integral de salud. El empleador deberá aportar el 9 % de lo que perciba el trabajador
- Ante un despido arbitrario la empresa deberá pagar 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un máximo de 120 remuneraciones diarias.

5.1.4.1 Actividad.

- Contar con RUC vigente
- Contar como mínimo un trabajador
- Ingresar a la página de MTPE a servicios en línea para el registro nacional de la micro y pequeña empresa – REMYPE
- Ingresar con el RUC y la clave SOL
- Validación de datos de SUNAT.
- Registrar datos del representante legal
- Registrar datos del trabajador
- Registrar información sobre registro SUNARP
- Registro de los socios

Registrando todos estos datos de manera virtual en la página de MTPE se obtendrá de manera exitosa el registro de la empresa como una MYPE.

La evaluación de registro de la empresa como MYPE tiene una duración de 7 días hábiles.

5.1.4.2 Valorización.

Tabla 116

Registros.

Actividades	Duración	Costo
Registro MYPE	7 días hábiles	Gratuito
Inscripción de página web del ministerio del trabajo (MTPE)	1 día hábil	S/11.95
TOTAL		S/ 11.95

Nota Elaboración propia.

5.1.5 Legislación tributaria.

Nuestra empresa se acogerá al régimen MYPE tributario. La empresa no deberá superar las 1700 UIT en ingresos netos. En este régimen se pueden emitir todos los tipos de comprobante de pago.

5.1.5.1 Actividades.

- La empresa deberá realizar el registro en SUNAT
- Luego de estar ya registrado tendrá que realizar las obligaciones tributarias mensuales.
- Las declaraciones y pagos se realizarán de manera virtual a través del formulario virtual N°621 – “IGV – Renta mensual” por la página de SUNAT todos los meses cumpliendo con el cronograma de declaración y pago.
- La emisión de facturas, boletas, notas de crédito y nota de débito se realizará de forma electrónica.

5.1.5.2 Valorización.

Tabla 117

Pago de Tributos.

Pago a cuenta Mensuales

Ingresos Netos	Tasa
Hasta 300 UIT	1%
Más de 300 UIT hasta 1700 UIT	coeficiente o 1.5%

Nota Elaboración propia.

Tabla 118
Impuesto a la renta anual.

Impuesto a la Renta Anual	
Renta Neta	Tasa
Hasta 15 UIT	10%
Más de 15 UIT	29.50%

Nota Elaboración propia.

5.1.6 Otros aspectos legales.

5.1.6.1 Actividades.

Libros contables y Registro: se deberá realizar la presentación de los libros contables mensual de acuerdo a la categoría de ingresos que tenga la empresa.

- ✓ Si los ingresos brutos anuales fueran hasta 300 UIT llevara:
 - Registro de venta
 - Registro de compras
 - Libro diario de formato simplificado.
- ✓ Ingresos brutos anuales mayores de 300 UIT y que no superen las 500 UIT:
 - Registro de venta
 - Registro de compras
 - Libro mayor
 - Libro diario
- ✓ Ingresos brutos anuales mayores de 500 UIT y que no superen las 1700 UIT:
 - Registro de venta
 - Registro de compras
 - Libro mayor
 - Libro diario
 - Libro de inventarios y balances
- ✓ Planilla electrónica: la declaración de planilla se realizará mensual, por medio del programa PLAME que se será descargado de la página de SUNAT. Para que se pueda realizar el calcula de pago del 9 % de seguro integral que le corresponde al empleador a pagar.

5.1.6.2 Valorización.

Tabla 119
Trámites Administrativos.

Programas	Costo
Programa PLE	Gratuito
Programa PLAME	Gratuito

Nota: Elaboración propia.

5.1.7 Resumen del capítulo.

Luego de haber desarrollado todos los puntos del estudio legal de la empresa podemos ver que se debe cumplir con todos los requerimientos municipales, tributarios y laborales, para que la empresa no pueda llegar a tener ningún inconveniente desde el inicio de la actividad. Por ello, se presentará un cuadro valorizado con todos los puntos expuestos y distribuidos por las áreas de Administración, Ventas y Operaciones / Producción.

Tabla 120
Resumen del capítulo.

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin IGV	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa		S/ 1,080.94	S/ 1,080.94	S/ 190.07	S/ 1,271.00
Búsqueda por nombre - SUNARP	1	S/ 5.00	S/ 5.00	S/ 0.00	S/ 5.00
Reserva de nombre - SUNARP	1	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 0.00	S/ 20.00
Minuta de constitución y escritura pública	1	S/ 971.19	S/ 971.19	S/ 174.81	S/ 1,146.00
Obtención del RUC y clave SOL	1	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Legalización de libros de acta y matrícula de acciones	1	S/ 84.75	S/ 84.75	S/ 15.25	S/ 100.00
0	0	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Marcas y patentes		S/ 767.49	S/ 767.49	S/ 138.15	S/ 905.64
Búsqueda fonética - INDECOPI	1	S/ 69.90	S/ 69.90	S/ 12.58	S/ 82.48
Búsqueda figurativa - INDECOPI	1	S/ 90.60	S/ 90.60	S/ 16.31	S/ 106.91
Registro de marca	1	S/ 534.99	S/ 534.99	S/ 96.30	S/ 631.29
Publicación de marca en el diario El Peruano	1	S/ 72.00	S/ 72.00	S/ 12.96	S/ 84.96
Licencias y autorizaciones		S/ 1,224.35	S/ 1,224.35	S/ 55.44	S/ 1,279.79
Solicitud de licencia de funcionamiento	1	S/ 215.85	S/ 215.85	S/ 0.00	S/ 215.85
Solicitud de certificado de INDECI	1	S/ 310.50	S/ 310.50	S/ 0.00	S/ 310.50
Costo de inspección de Defensa Civil - 670m2	1	S/ 308.00	S/ 308.00	S/ 55.44	S/ 363.44
Inscripción en el registro sanitario - DIGEMID	1	S/ 390.00	S/ 390.00	S/ 0.00	S/ 390.00
TOTAL		S/. 3,072.78	S/. 3,072.78	S/. 383.66	S/. 3,456.44

Nota Elaboración propia.

5.2 Estudio Organizacional

5.2.1 Organigrama Organizacional.

La empresa se va dividir en tres pilares Administración, jefe comercial, jefe de operaciones, que deberán rendir información al gerente general.

El organigrama estará estructurado de la siguiente manera:

Tabla 121

Cargos en la empresa

Cargos	Cantidad
Gerente General	1
Administrador	1
Jefe comercial	1
Jefe de operaciones	1
Supervisor de logística	1
Supervisor de producción	1
Técnico analista	1
Técnico operario	1

Nota Elaboración propia.

Debido al crecimiento de las ventas proyectadas a partir del tercer año se contrata un técnico.

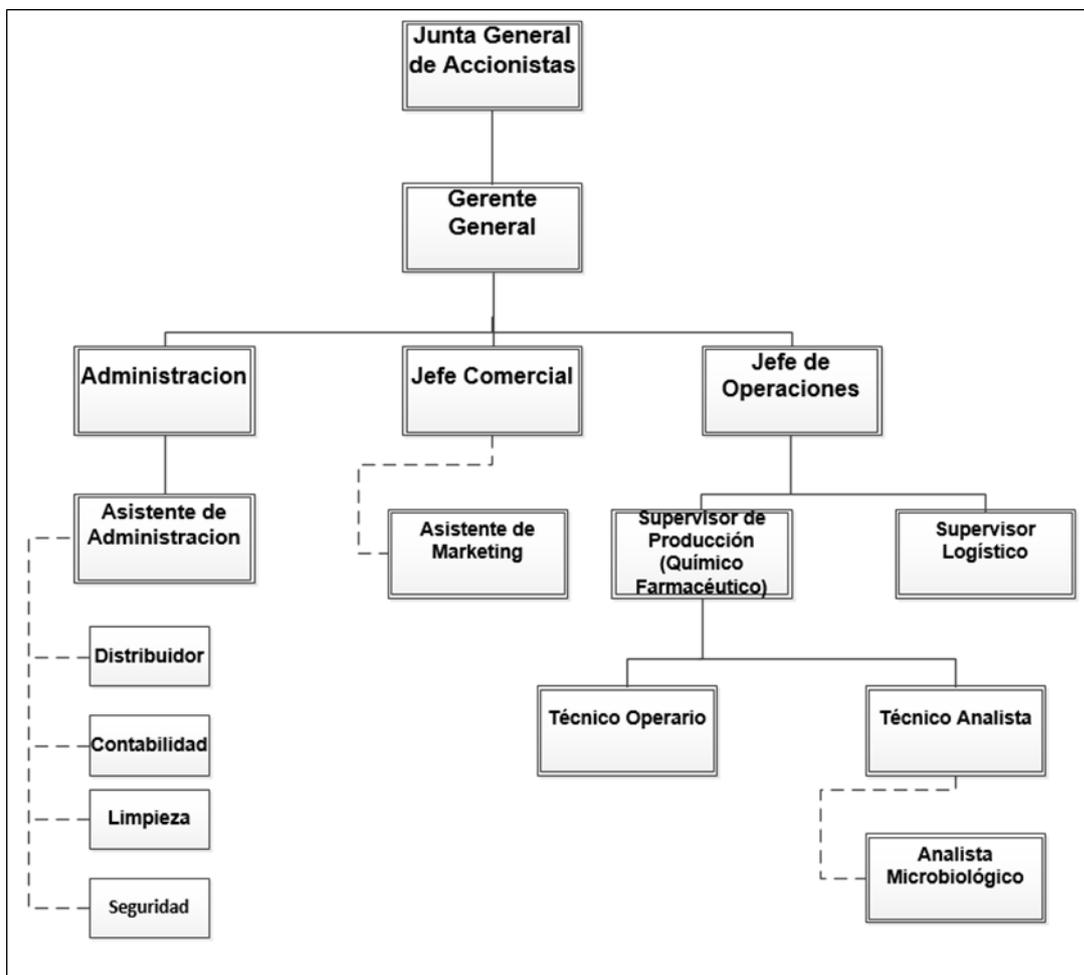


Figura 58. Organigrama Funcional.

Nota Elaboración Propia.

5.2.2 Servicios de Tercerizados.

Para tener un mejor manejo de funciones de la empresa y su óptimo desempeño a continuación se detallan los servicios que se contrata por terceros.

Tabla 122

Servicios tercerizados

Servicios Tercerizados	Monto en S/.
Análisis microbiológico	S/ 600 Por lote de producción
Distribuidor	S/ 3500.00
Contabilidad	S/ 500.00
Limpieza	S/ 1000.00
Seguridad	S/ 2400.00
Total servicios Tercerizados	S/ 8000.00

Nota Elaboración propia.

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.

Los colaboradores de la empresa deben de cumplir con el perfil que está establecido por cada puesto de trabajo.

Tabla 123

Administrador.

Descripción y perfil del Puesto

Nombre del Puesto	Administrador			
Grado de Instrucción	Universitario Titulado	Profesión	Ingeniería Industrial, y/o Administrador de Empresa	
Formación Académica	Maestría o especialización	Edad	Entre 35 -50 años	
	Otros		Maestría en Administración de Negocios Ms Office a nivel Avanzado Ingles a nivel Intermedio – Avanzado Conocimiento de Procesos de Producción	
Habilidades	Trabajo en equipo Iniciativa Capacidad de Organización			
Acciones y resultados esperados	Aprobar los planes de presupuesto de las diferentes áreas, así como los gastos financieros. Planifica, Organiza, y controla los recursos humanos necesarios. Establecer estrategias que permitan el incremento de ventas. Evaluación constante del estado general de la empresa de acuerdo a objetivos Detectar oportunidades y necesidades operativas en coordinación del equipo de trabajo.			
Experiencia	4 años en empresas del rubro como gerente general			
	Condiciones del puesto			
Tipo de contrato	Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual			
Remuneración	S/ 5000 SOLES			
Beneficios Sociales	De acuerdo con Ley			
Ubicación física	Oficina y campo			
Jornada	Diurna			
Horario	Lunes a viernes 08:25 a 19:00 Horas.			
Tipo de sueldo	Fijo mensual			

Nota Elaboración propia.

Tabla 124
Asistente administrativo.

		Descripción y perfil del Puesto		
Nombre del Puesto	Administrador			
	Grado de Instrucción	Universitario Licenciado	Profesión	Licenciado en Administración o Licenciado en Finanzas
Formación Académica	Maestría o especialización	No aplica	Edad	Entre 25 -50 años
	Otros	Ms Office a nivel Avanzado Ingles a nivel Intermedio – Avanzado Especialidad en finanzas		
Habilidades	Trabajo en equipo Iniciativa Capacidad de Organización			
Acciones y resultados esperados	Planifica, Organiza, y controla los recursos humanos necesarios Responsable del servicio de los Tercerizados Encargado de los reportes de gastos administrativos, de facturaciones y pagos de planilla. Encargado de la programación de capacitaciones Soporte a gerencia general			
Experiencia	Tres años a más como administrador y/o auditor en empresas del rubro			
Condiciones del puesto				
Tipo de contrato	Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual			
Remuneración	S/ 1800 SOLES			
Beneficios Sociales	De acuerdo con Ley			
Ubicación física	Oficina y campo			
Jornada	Diurna			
Horario	Lunes a viernes 08:25 a 19:00 Horas.			
Tipo de sueldo	Fijo mensual			

Nota Elaboración propia

Tabla 125.
Jefe de operaciones

		Descripción y perfil del Puesto		
Nombre del Puesto	Jefe de operaciones			
	Grado de Instrucción	Universitario Titulado y Colegiado	Profesión	Ing. Químico y/o Ing. Industrial
Formación Académica	Maestría o especialización	Maestría en producción	Edad	Entre 25 -40 años
	Otros	Ms Office a nivel Avanzado Ingles a nivel Intermedio – Avanzado Especialidad en finanzas		
Habilidades	Trabajo en equipo Iniciativa Capacidad de Organización			
Acciones y resultados esperados	Emitir reportes a gerencia el estado del proceso de producción Responsable de los KARDEX de insumo, materia prima y productos terminados Encargado de la planificación del mantenimiento correctivo y preventivo de las maquinarias Apoyar a la jefatura de marketing en el diseño de estrategias Controlar los procesos operativos			
Experiencia	2 años en empresas del sector			
	Condiciones del puesto			
Tipo de contrato	Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual			
Remuneración	S/ 3000 SOLES			
Beneficios Sociales	De acuerdo con Ley			
Ubicación física	Oficina y campo			
Jornada	Diurna			
Horario	Lunes a viernes 08:25 a 19:00 Horas.			
Tipo de sueldo	Fijo mensual			

Nota Elaboración propia

Tabla 126

Descripción Jefe comercial.

Descripción y perfil del Puesto	
Nombre del Puesto	Comercial y de ventas
Grado de Instrucción	Universitario Titulado
Formación Académica	Maestría o especialización Maestría Otros Ms Office a nivel Avanzado Ingles a nivel Intermedio – Avanzado Especialidad en Marketing
Habilidades	Trabajo en equipo Proactivo Capacidad de Organización
Acciones y resultados esperados	Encargado de la realización de planes de calendarización y ejecución de eventos promocionales Seguimiento a los pedidos, reclamos de los clientes. Manejo de cartera de clientes, apertura y atención al cliente Elaboración de políticas de comercialización orientadas al logro de resultados. Definir planes de mercadotecnia y marketing para la empresa
Experiencia	cuatro año empresas del sector con manejo de indicadores
Condiciones del puesto	
Tipo de contrato	Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual
Remuneración	S/ 3000 SOLES
Beneficios Sociales	De acuerdo con Ley
Ubicación física	Oficina y campo
Jornada	Diurna
Horario	Lunes a viernes 08:25 a 19:00 Horas.
Tipo de sueldo	Fijo mensual

Nota Elaboración propia

Tabla 127
Supervisor logístico

		Descripción y perfil del Puesto		
Nombre del Puesto	Supervisor logístico			
Grado de Instrucción		Universitario	Profesión	Administración de Empresa o Marketing, carreras afines
Formación Académica	Maestría o especialización	Cadena de suministros	Edad	Entre 25 -40 años
	Otros	Ms Office a nivel Avanzado Ingles a nivel Intermedio – Avanzado Especialidad en cadena de logística		
Habilidades	Trabajo en equipo Poder de negociación Capacidad de Organización			
Acciones y resultados esperados	Crear alianzas estratégicas con los diferentes proveedores de materia prima. Encargado de Supervisar la rotación de la materia prima y productos terminados Elaborar planes orientada a la mejora continua que para elevar los niveles de productividad. Responsable de las compras y la negociación con proveedores (puede ser el jefe) Planificación, coordinación, seguimiento del almacén, logística y distribución.			
Experiencia	Dos años como Supervisor de operaciones logísticas.			
Condiciones del puesto				
Tipo de contrato	Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual			
Remuneración	S/ 2000 SOLES			
Beneficios Sociales	De acuerdo con Ley			
Ubicación física	Oficina y campo			
Jornada	Diurna			
Horario	Lunes a viernes 08:25 a 19:00 Horas.			
Tipo de sueldo	Fijo mensual			

Nota Elaboración propia

Tabla 128

Técnico analista

Descripción y perfil del Puesto

Nombre del Puesto	Técnico Analista (Calidad)			
	Grado de Instrucción	Técnico	Profesión	Farmacia- Técnico
Formación Académica	Maestría o especialización	No aplica	Edad	Entre 25 -40 años
	Otros	Ms Office a nivel Avanzado Ingles a nivel Intermedio – Avanzado Especialidad en cadena de logística		
Habilidades	Trabajo en equipo Poder de negociación Capacidad de Organización			
Acciones y resultados esperados	Encargado del orden que requiere el área de trabajo Participación activa en las pruebas de eficacia. Cumplimiento de directivas e instrumentos de calidad Encargado de la calibración y revisión del buen estado de los equipos antes de su utilización			
Experiencia	Dos años como Supervisor de operaciones logísticas.			
	Condiciones del puesto			
Tipo de contrato	Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual			
Remuneración	S/ 1000 SOLES			
Beneficios Sociales	De acuerdo con Ley			
Ubicación física	Producción			
Jornada	Diurna			
Horario	Lunes a viernes 08:25 a 19:00 Horas.			
Tipo de sueldo	Fijo mensual			

Nota Elaboración propia

Tabla 129
Técnico operativo

		Descripción y perfil del Puesto		
Nombre del Puesto	Técnico operativo			
	Grado de Instrucción	Secundaria	Profesión	Técnico - No precisa
Formación Académica	Maestría o especialización	No aplica	Edad	22 a 28 años
	Otros	Ms Office a nivel Avanzado Ingles a nivel Intermedio – Avanzado Especialidad en cadena de logística		
Habilidades	Trabajo en equipo Poder de negociación Capacidad de Organización			
Acciones y resultados esperados	Responsable de la realización de todas las etapas de producción. Cumpliendo las instrucciones encomendadas por la supervisión de producción Opera maquina e instrumentos como ajustes de parámetros.			
Experiencia	un año de experiencia			
		Condiciones del puesto		
Tipo de contrato	Contrato de Naturaleza Temporal, con renovación anual			
Remuneración	S/ 1000 SOLES			
Beneficios Sociales	De acuerdo con Ley			
Ubicación física	Producción			
Jornada	Diurna			
Horario	Lunes a viernes 08:25 a 19:00 Horas.			
Tipo de sueldo	Fijo mensual			

Nota Elaboración propia.

5.2.4 Descripción de las actividades de los servicios por Tercerizados.

- **Análisis microbiológico:** Este servicio se basa en procedimientos que determinan la identificación, y microorganismos e indicadores de contaminación.
 - **Distribuidor:** Este servicio consiste en tercerizar la distribución, es decir será el encargado de distribuir nuestro producto a los diferentes canales de distribución.
- ¿Calcular para determinar el costo?**
- **Contabilidad:** El encargado será el representante de la empresa ante la SUNAT, el cual deberá llevar los estados financieros de la empresa.
 - Servicio central telefónica.
 - **Limpieza:** Será el encargado de la limpieza en todas las instalaciones de la empresa.
 - **Seguridad:** Este servicio se encarga de la seguridad de la planta y será realizado por dos vigilantes.

Tabla 130

Resumen de frecuencia.

Servicios Tercerizados	Frecuencia de Pago
Análisis microbiológico	Por lote de producción
Distribuidor	Mensual
Contabilidad	Mensual
Servicio central telefónica	Mensual
Limpieza	Mensual
Seguridad	Mensual

Nota Elaboración propia.

5.2.5 Aspecto Laboral.

5.2.5.1 Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.

- Contrato definido (se hizo el cambio)

El contrato de nuestros colaboradores, se basa en la ley peruana vigente, en la cual el colaborador goza de todos los beneficios laborales.

Cuando se comete una falta grave, el colaborador será apartado de la empresa.

5.2.5.2 Régimen laboral de puestos de trabajo.

El régimen determinado es MYPE tributario, porque el enfoque va directo a promover el crecimiento económico. Dando facilidades al usuario.

Requisitos:

- Domiciliado en el país
- Realicen actividades de tercera categoría
- Ingresos no superen las 1700 UIT en el ejercicio.

5.2.5.3 Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 131
Planilla del personal para todos los años.

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores					Remuneración Mensual				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administración	Administrador	1	1	1	1	1	5,000	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Administración	Asistente administrativo	1	1	1	1	1	1,800	1,800.00	1,980.00	1,980.00	1,980.00
Ventas	Jefe comercial	1	1	1	1	1	3,000	3,000.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Producción	Jefe de operaciones	1	1	1	1	1	3,000	3,000.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Producción	Supervisor logístico	1	1	1	1	1	2,000	2,000.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00
Producción	Supervisor de producción (químico farmacéutico)	1	1	1	1	1	2,000	2,000.00	2,200.00	2,200.00	2,200.00
Producción	Técnico operario	1	1	1	2	3	1,000	1,000.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00
Producción	Técnico analista de calidad	1	1	1	2	2	1,500	1,500.00	1,650.00	1,650.00	1,650.00
Total de Trabajadores		8	8	8	10	11					

Nota Elaboración propia.

Tabla 132
Planilla del área Administrativa

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores					Remuneración Mensual				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administración	Administrador	1	1	1	1	1	5000	5000	5500	5500	5500
Administración	Asistente administrativo	1	1	1	1	1	1800	1800	1980	1980	1980

Nota: Elaboración propia.

Tabla 133
Cuadro de provisiones del área administrativa

Cuadro de provisiones	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Administrador	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	60,000.00	60,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00
Asistente administrativo	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	21,600.00	21,600.00	23,760.00	23,760.00	23,760.00
Total Sueldo Bruto	6,800.00	81,600.00	81,600.00	89,760.00	89,760.00	89,760.00												
Gratificación(1/12)	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	566.67	6,800.00	6,800.00	7,480.00	7,480.00	7,480.00
Total Sueldo	7,366.67	88,400.00	88,400.00	97,240.00	97,240.00	97,240.00												
CTS(1/24)	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	306.94	3,683.33	3,683.33	4,051.67	4,051.67	4,051.67
ESSALUD (9%)	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	7,344.00	7,344.00	8,078.40	8,078.40	8,078.40
Bono ley(9% de las gratificaciones)	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	51.00	612.00	612.00	673.20	673.20	673.20
SCTR 1% del sueldo	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	816.00	816.00	897.60	897.60	897.60
Gasto total Administrativo	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	8,404.61	100,855.33	100,855.33	110,940.87	110,940.87	110,940.87

Nota Elaboración propia.

Tabla 134
Cuadro del pago total de la planilla administrativa

Cuadro de pagos	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	6,800.00	81,600.00	81,600.00	89,760.00	89,760.00	89,760.00
Gratificación	566.67	0.00		0.00	0.00	0.00		3,400.00	0.00		0.00		3,400.00	6,800.00	6,800.00	7,480.00	7,480.00	7,480.00
Pago de CTS	0.00		0.00	0.00		1,534.72						1,841.67		3,376.39	3,683.33	4,051.67	4,051.67	4,051.67
ESSALUD		612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	612.00	7,344.00	7,344.00	8,078.40	8,078.40	8,078.40
Bono ley(9% de las gratificaciones)	51.00							306.00					306.00	612.00	612.00	673.20	673.20	673.20
SCTR 1% del sueldo	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	68.00	816.00	816.00	897.60	897.60	897.60
Pago Total planilla administrativa	7,485.67	7,480.00	7,480.00	7,480.00	7,480.00	9,014.72	7,480.00	11,186.00	7,480.00	7,480.00	7,480.00	9,321.67	11,186.00	100,548.39	100,855.33	110,940.87	110,940.87	110,940.87

Nota Elaboración propia

Tabla 135

Planilla del Área de Ventas

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores					Remuneración Mensual				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	Jefe comercial	1	1	1	1	1	3000	3000	3300	3300	3300

Nota Elaboración propia.

Tabla 136

Cuadro de provisiones del área de ventas nov. 2019 – dic.2020.

Cuadro de provisiones	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Jefe comercial	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	36,000.00	36,000.00	39,600.00	39,600.00	39,600.00
Total Sueldo Bruto	3,000.00	36,000.00	36,000.00	39,600.00	39,600.00	39,600.00												
Gratificación(1/12)	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3,000.00	3,000.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Total Sueldo	3,250.00	39,000.00	39,000.00	42,900.00	42,900.00	42,900.00												
CTS(1/24)	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	135.42	1,625.00	1,625.00	1,787.50	1,787.50	1,787.50
Essalud (9%)	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	3,240.00	3,240.00	3,564.00	3,564.00	3,564.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	270.00	270.00	297.00	297.00	297.00
SCTR 1% del sueldo	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	360.00	360.00	396.00	396.00	396.00
Gasto planilla fija de ventas	3,707.92	44,495.00	44,495.00	48,944.50	48,944.50	48,944.50												
Comisión ventas 0.5%		360.34	411.86	463.38	275.45	326.97	224.23	327.26	276.04	224.52	696.39	747.91	799.13	5,133.47	5,573.09	6,025.97	6,484.69	6,946.35
Total gasto planilla ventas	3,707.92	4,068.26	4,119.78	4,171.30	3,983.37	4,034.89	3,932.14	4,035.18	3,983.95	3,932.43	4,404.30	4,455.82	4,507.05	49,628.47	50,068.09	54,970.47	55,429.19	55,890.85

Nota Elaboración propia

Tabla 137

Cuadro del pago total de la planilla de ventas

Cuadro de pagos	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	36,000.00	36,000.00	39,600.00	39,600.00	39,600.00
Gratificación	250.00	0.00		0.00	0.00	0.00		1,500.00	0.00		0.00		1,500.00	3,000.00	3,000.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Pago de CTS						677.08						677.08		1,354.17	1,625.00	1,787.50	1,787.50	1,787.50
Essalud		270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	270.00	3,240.00	3,240.00	3,564.00	3,564.00	3,564.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	22.50							135.00					135.00	270.00	270.00	297.00	297.00	297.00
SCTR 1% del sueldo	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	360.00	360.00	396.00	396.00	396.00
Comisión ventas 0.5%	0.00	360.34	411.86	463.38	275.45	326.97	224.23	327.26	276.04	224.52	696.39	747.91	799.13	5,133.47	5,573.09	6,025.97	6,484.69	6,946.35
Pago total de ventas	3,302.50	3,660.34	3,711.86	3,763.38	3,575.45	4,304.05	3,524.23	5,262.26	3,576.04	3,524.52	3,996.39	4,724.99	5,734.13	49,357.63	50,068.09	54,970.47	55,429.19	55,890.85

Nota Elaboración propia

Tabla 138

Planilla del Área de Producción (Operarios)

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores					Remuneración Mensual				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción	Técnico operario	1	1	1	2	3	1,000	1000	1100	1100	1100

Nota Elaboración propia

Tabla 139

Cuadro de provisiones del área de producción.

Cuadro de provisiones	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Técnico operario	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000.00	13,200.00	26,400.00	39,600.00
Total Sueldo Bruto	1,000.00	12,000.00	12,000.00	13,200.00	26,400.00	39,600.00												
Gratificación(1/12)	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	1,000.00	1,000.00	1,100.00	2,200.00	3,300.00
Total Sueldo	1,083.33	13,000.00	13,000.00	14,300.00	28,600.00	42,900.00												
CTS(1/24)	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	541.67	541.67	595.83	1,191.67	1,787.50
Essalud (9%)	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	1,080.00	1,080.00	1,188.00	2,376.00	3,564.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	90.00	90.00	99.00	198.00	297.00
Sctr(1%)	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	120.00	120.00	132.00	264.00	396.00
Costo MOD	1,235.97	14,831.67	14,831.67	16,314.83	32,629.67	48,944.50												

Nota Elaboración propia

Tabla 140

Cuadro del pago total de la planilla de producción (operarios).

Cuadro de pagos	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000.00	13,200.00	26,400.00	39,600.00
Gratificación	83.33	0.00		0.00	0.00	0.00		500.00	0.00		0.00		500.00	1,000.00	1,000.00	1,100.00	2,200.00	3,300.00
Pago de CTS	0.00		0.00	0.00		225.69						270.83		496.53	541.67	595.83	1,191.67	1,787.50
Essalud		90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	1,080.00	1,080.00	1,188.00	2,376.00	3,564.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	7.50							45.00					45.00	90.00	90.00	99.00	198.00	297.00
SCTR(1%)	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	120.00	120.00	132.00	264.00	396.00
Pago planilla MOD	1,100.83	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,325.69	1,100.00	1,645.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,370.83	1,645.00	14,786.53	14,831.67	16,314.83	32,629.67	48,944.50

Nota Elaboración propia

Tabla 141

Planilla del Área de Producción.

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores					Remuneración Mensual				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción	Jefe de operaciones	1	1	1	1	1	3000	3000	3300	3300	3300
Producción	Supervisor logístico	1	1	1	1	1	2000	2000	2200	2200	2200
Producción	Supervisor de producción (químico farmacéutico)	1	1	1	1	1	2000	2000	2200	2200	2200
Producción	Técnico analista de calidad	1	1	1	2	2	1500	1500	1650	1650	1650

Nota Elaboración propia

Tabla 142

Cuadro de provisiones del área de producción Nov. 2019 – Dic. 2020.

Cuadro de provisiones	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
Jefe de operaciones	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Supervisor logístico	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Supervisor de producción (químico farmacéutico)	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Técnico analista de calidad	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
Total Sueldo Bruto	8,500.00												
Gratificación(1/12)	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33	708.33
Total Sueldo	9,208.33												
CTS(1/24)	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68	383.68
Essalud (9%)	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75	63.75
Sctr(1%)	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00
Costo MOI	10,505.76												

Nota Elaboración propia

Tabla 143

Cuadro de provisiones del área de producción 2020 – 2024.

Cuadro de provisiones	2020	2021	2022	2023	2024
Jefe de operaciones	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
Supervisor logístico	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Supervisor de producción (químico farmacéutico)	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Técnico analista de calidad	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Total Sueldo Bruto	102,000.00	102,000.00	102,000.00	102,000.00	102,000.00
Gratificación(1/12)	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00
Total Sueldo	110,500.00	110,500.00	110,500.00	110,500.00	110,500.00
CTS(1/24)	4,604.17	4,604.17	4,604.17	4,604.17	4,604.17
Essalud (9%)	9,180.00	9,180.00	9,180.00	9,180.00	9,180.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00
Sctr(1%)	1,020.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00
Costo MOI	126,069.17	126,069.17	126,069.17	126,069.17	126,069.17

Nota Elaboración propia.

Tabla 144

Cuadro del pago total de la planilla de producción.

Cuadro de pagos	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	102,000.00	102,000.00	102,000.00	102,000.00	102,000.00
Gratificación	708.33	0.00		0.00	0.00	0.00		4,250.00	0.00		0.00		4,250.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00	8,500.00
Pago de CTS	0.00		0.00	0.00		1,918.40						2,302.08		4,220.49	4,604.17	4,604.17	4,604.17	4,604.17
Essalud		765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00	9,180.00	9,180.00	9,180.00	9,180.00	9,180.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	63.75							382.50					382.50	765.00	765.00	765.00	765.00	765.00
Sctr(1%)	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00
Pago planilla MOI	9,357.08	9,350.00	9,350.00	9,350.00	9,350.00	11,268.40	9,350.00	13,982.50	9,350.00	9,350.00	9,350.00	11,652.08	13,982.50	125,685.49	126,069.17	126,069.17	126,069.17	126,069.17

Nota Elaboración propia.

Tabla 145

Resumen Total pago de planillas.

Cuadro resumen	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Pago Total planilla administrativa	7,485.67	7,480.00	7,480.00	7,480.00	7,480.00	9,014.72	7,480.00	11,186.00	7,480.00	7,480.00	7,480.00	9,321.67	11,186.00	100,548.39	100,855.33	110,940.87	110,940.87	110,940.87
Pago total de ventas	3,302.50	3,660.34	3,711.86	3,763.38	3,575.45	4,304.05	3,524.23	5,262.26	3,576.04	3,524.52	3,996.39	4,724.99	5,734.13	49,357.63	50,068.09	54,970.47	55,429.19	55,890.85
Pago planilla MOD	1,100.83	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,325.69	1,100.00	1,645.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,370.83	1,645.00	14,786.53	14,831.67	16,314.83	32,629.67	48,944.50
Pago planilla MOI	9,357.08	9,350.00	9,350.00	9,350.00	9,350.00	11,268.40	9,350.00	13,982.50	9,350.00	9,350.00	9,350.00	11,652.08	13,982.50	125,685.49	126,069.17	126,069.17	126,069.17	126,069.17
Total pago de planillas	21,246.08	21,590.34	21,641.86	21,693.38	21,505.45	25,912.87	21,454.23	32,075.76	21,506.04	21,454.52	21,926.39	27,069.57	32,547.63	290,378.04	291,824.26	308,295.33	325,068.89	341,845.38

Nota Elaboración propia.

Tabla 146

Resumen Total pago de planillas y % de las ventas.

	2020	2021	2022	2023	2024
Valor de ventas en S/	1,026,693.64	1,114,617.80	1,205,193.22	1,296,938.98	1,389,269.92
Total pago de planillas	290,378.04	291,824.26	308,295.33	325,068.89	341,845.38
% de las ventas	28.28%	26.18%	25.58%	25.06%	24.61%

Nota Elaboración propia.

5.2.5.4 Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto:

Tabla 147

Cuadro del total de gastos por servicios tercerizados.

Servicios tercerizados	Monto en S/	FRECUENCIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Análisis microbiológico	600	Por cada lote de producción	7200	7200	7200	7200	7200
Distribuidor	3,500	Mensual	42000	42000	42000	42000	42000
Contabilidad	500	Mensual	6000	6000	6000	6000	6000
Limpieza	1,000	Mensual	12000	12000	12000	12000	12000
Seguridad	2,400	Mensual	28800	28800	28800	28800	28800
Total servicios tercerizados			S/. 96,000.00				

Nota Elaboración propia.

5.2.5.5 Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Con la finalidad de cumplir las 48 horas a la semana, los colaboradores de la empresa trabajaran seis días a la semana. De lunes a viernes en el cual laboran 8 horas diarias en los siguientes horarios:

- **Gerencia General:** De lunes a viernes
De 8:25 am a 7:00 pm (refrigerio de 1 pm a 2 pm)
- **Administración:** De lunes a sábado
De 8:25 am a 7:00 pm (refrigerio de 1 pm a 2 pm)
- **Producción:** De lunes a sábado
De 8:25 am a 7:00 pm (refrigerio de 1 pm a 2 pm)
- **Ventas:** De lunes a sábado
De 8:25 am a 7:00 pm (refrigerio de 1 pm a 2 pm)

Capítulo VI. Estudio Técnico

6.1 Tamaño de proyecto

6.1.1 Capacidad Instalada.

a. Criterios.

Para hallar la capacidad instalada del proyecto se tomó en cuenta el proceso más lento que es el etiquetado y embalado. A continuación, se detallará la capacidad de esta máquina en términos anuales con respecto a la necesidad de materia prima.

b. Cálculos.

Tabla 148

Capacidad instalada.

Proceso más lento	etiquetado y embalado
Capacidad en unidades/hora	60
Horas efectivas al día	2
Capacidad diaria e unidades	120
Capacidad mensual en unidades(asumiendo 24 días laborales)	2880
Capacidad anual instalada en unidades	34560

Nota Elaboración propia.

6.1.2 Capacidad Utilizada.

a. Criterios.

Para hallar la capacidad utilizada se procederá a realizar un contraste entre el programa de producción y la capacidad instalada para ver la evolución año a año de este concepto.

b. Cálculos.

Tabla 149

Unidades a producir 2020 – 2024.

	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml a producir	19,051	19,965	21,544	23,126	24,638
Total unidades a producir(Tamaño normal)	19,051	19,965	21,544	23,126	24,638
Capacidad instalada en unidades	34,560	34,560	34,560	34,560	34,560

Nota Elaboración propia.

Tabla 150

% Capacidad utilizada 2020 – 2024.

	2020	2021	2022	2023	2024
% de utilización	55.12%	57.77%	62.34%	66.92%	71.29%
Capacidad ociosa	44.88%	42.23%	37.66%	33.08%	28.71%

Nota Elaboración propia.

6.1.3 Capacidad Máxima.

a. Criterios.

Se tomará en cuenta que se trabajarán las 24 horas del día, es decir 3 turnos en un escenario utópico o condiciones supra normales con el fin de saber cuánto se puede producir en un día como máximo sin interrupciones.

b. Cálculos.

Capacidad máxima asumiendo 3 turnos de 8 horas.

Tabla 151

Proceso más lento.

Capacidad máxima

Capacidad en unidades/hora	60
Horas efectivas al día	2
Capacidad diaria e unidades	120
capacidad diaria en 3 turnos en unidades	360

Nota Elaboración propia.

6.2 Procesos

La elaboración y producción del bloqueador será en una presentación de 150 ml por un total de 60 unidades es decir 30 kg a granel.

Como primer paso, se debe repcionar la materia prima y empaques, e inspeccionar de acuerdo a los protocolos de control de calidad, en el transcurso de una hora por insumo recibido por un total de media jornada.

Como segunda operación el pesar la materia prima, el área de Producción designa al personal encargado del pesado de las materias primas en las cantidades requeridas de acuerdo al tamaño de lote a fabricar. Esta operación demora aproximadamente media jornada.

Fabricación del producto a granel: Calentar agua purificada hasta 75°C en mezcladora de cremas (aprox. 20 minutos), luego disolver Amphisol K® (fase acuosa) agitando por 10 minutos, luego incorporar goma xanthan y agitar hasta disolver por aprox. 15 minutos. En un recipiente adecuado aparte, fundir la fase oleosa a 75 °C: Emulium Delta, Emulium 22, Ercarel MMW (Miristil Miristato) y Cutina GMS-V (Gliceril Estearato). Mezclar incorporando la fase oleosa previamente fundida, sobre la fase acuosa, estando ambos a la misma temperatura. Mantener en agitación por una hora. Al término de esta agitación, encender el sistema de enfriamiento del equipo, y enfriar la mezcla hasta 40°C, etapa que toma alrededor de 30 minutos.

En otro recipiente aparte, mezclar el óxido de zinc, dióxido de titanio y glicerina hasta obtener mezcla homogénea, luego incorporar a la mezcla anterior a 40 °C, con agitación constante durante 30 minutos.

Paralelamente mezclar aceite de caléndula, aceite de semillas de frambuesa, aceite de lavanda, Geogard 221 hasta obtener mezcla homogénea, luego incorporar a la mezcla anterior con agitación constante por 15 minutos.

Continuar agitando por una hora, con aplicación de presión de vacío (negativa), para eliminación de burbujas de aire en el producto, y con el sistema de enfriamiento programado para disminuir la temperatura del producto hasta aprox. 25°C (temperatura ambiente). Todo el proceso dura alrededor de 4 horas (media jornada)

Se muestrea para análisis por el área de Control de Calidad, quien da la conformidad para dar pase al proceso de envasado. El análisis puede tomar alrededor de 30 minutos.

Envasado: Para el envasado se regula el peso requerido en la máquina envasadora y se procede a envasar el producto y colocar su respectiva tapa. Para un lote de 60 unidades de 150 ml, el proceso duraría alrededor de 40 minutos.

Rotulado y Embalado: Se envían los envases llenos al área de rotulado y encajado, en donde serán además embalados para su almacenaje correspondiente. Se considera que este proceso es totalmente manual, por lo que, para un lote de 60 unidades, el proceso duraría alrededor de 1.25 horas.

El área de Control de Calidad debe verificar que el proceso de envasado, rotulado y encajado se realice en óptimas condiciones, así como que el producto terminado cumpla con los estándares de calidad requeridos.

Pruebas y Control de Calidad final: El área de Control de Calidad realiza tanto el análisis fisicoquímico (análisis organoléptico: aspecto, olor, color; pH del producto), el cual requiere de un lapso de 1 hora aproximadamente, como el análisis microbiológico del producto terminado, de acuerdo a los estándares establecidos, éste último toma como mínimo 24 horas, pues es el tiempo en que se demuestra la ausencia microorganismo aerobios totales, el cual sería realizado por una empresa prestadora de servicio Finalmente, se emite un certificado de análisis en donde se incluyen los resultados de los análisis.

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción.

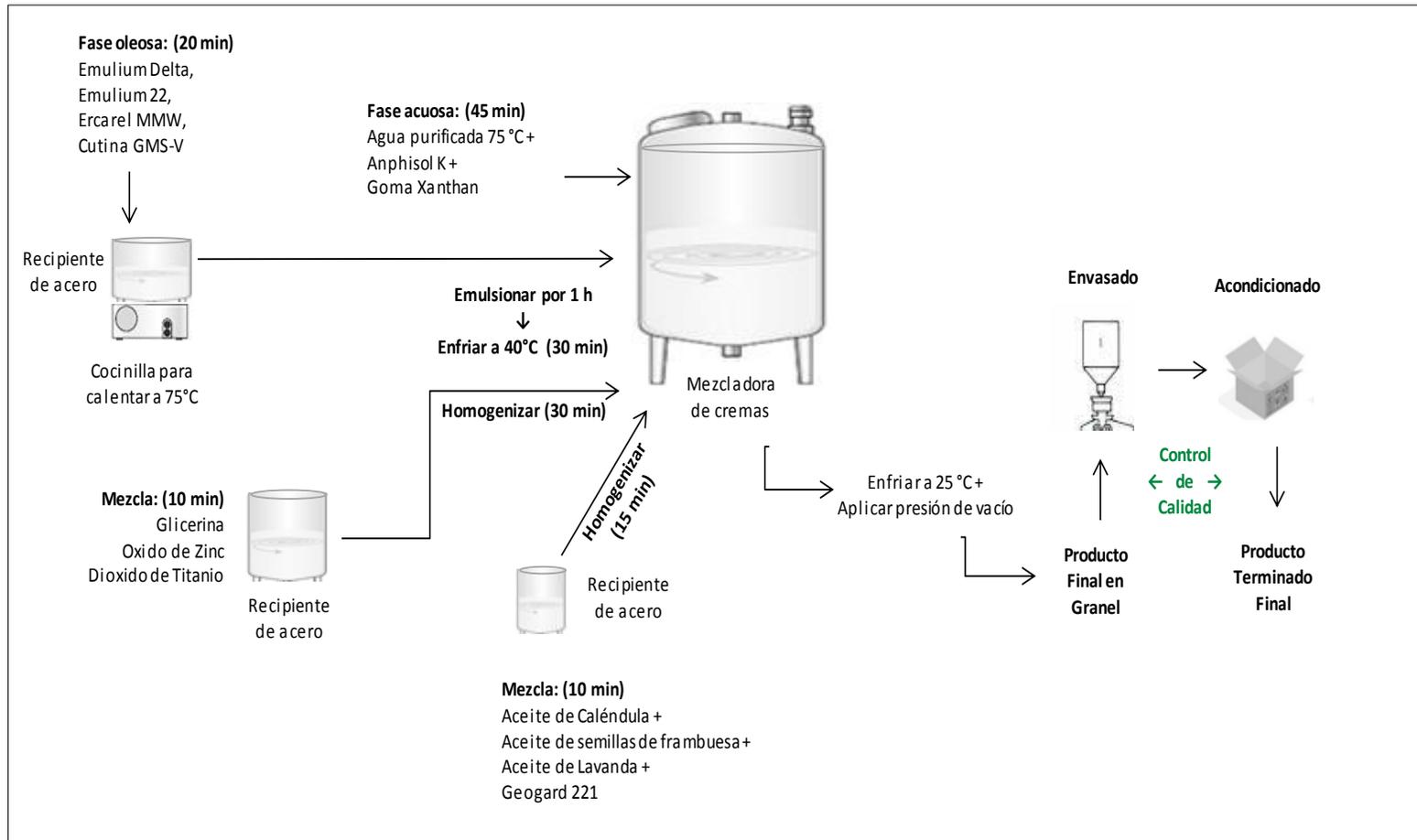


Figura 59. Diagrama de flujo de los procesos de producción.

Elaboración propia.

MAPA DE ACTIVIDADES DEL PROCESO								
EMPRESA:	EKO SKIN SAC	ACTIVIDADES						
DEPARTAMENTO:	PRODUCCIÓN	OPERACIONES	●					
PRODUCTO:	BLOQUEADOR SOLAR NATURAL	TRANSPORTE	➔					
OBJETIVO:	ELABORACION DEL PRODUCTO FINAL	ESPERA	D					
ELABORADO POR:	EKO SKIN SAC	INSPECCIÓN	■					
MÉTODO DE TRABAJO:	REAL	ALMACENAMIENTO	▼					
		TOTAL						
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	CANT.	TIEMPO	TIPO DE ACTIVIDAD					OBSERVACIONES
			●	➔	D	■	▼	
Pesar las cantidades requeridas de los insumos		60 min	X					
Trasladar los insumos del área de pesadas al área de fabricación				X				
Calentar a 75 °C el agua purificada		20 min	X					
Mezclar hasta disolver Amphisol K , Goma Xanthan en el agua caliente (fase acuosa)		25 min	X					
Fundir a 75°C: Emulium Delta, Emulium 22, Ercarel MMW (Miristil Miristato), Cutina GMS-V (Gliceril Estearato) (fase oleosa)		20 min	X					
Mezclar para emulsionar la fase acuosa y la fase oleosa		60 min	X					
Enfriar a 40°C		30 min	X					
Dispersar en un recipiente: Oxido de Zinc y Dioxido de Titanio en Glicerina		10 min	X					
Incorporar la mezcla anterior en la mezcla principal				X				
Homogenizar		30 min	X					
Mezclar en un recipiente: Aceite de Caléndula, Aceite de semillas de frambuesa, Aceite de		10 min	X					
Incorporar la mezcla anterior en la mezcla principal				X				
Homogenizar		15 min	X					
Enfriar a Temp. Amb. (25°C) y aplicar presión de vacío		60 min	X					
Control de calidad en granel		30 min					X	
Trasladar el granel al área de envasado				X				
Envasado		40 min	X					
Acondicionado (Etiquetado y Embalado)		75 min	X					
Control de Calidad en Prod. Terminado		1 día					X	Espera al análisis del producto para su aprobación
Traslado de los producto al área de Almacenamiento				X				
Almacenamiento							X	

Figura 60. Diagrama de análisis del proceso.

Elaboración propia.

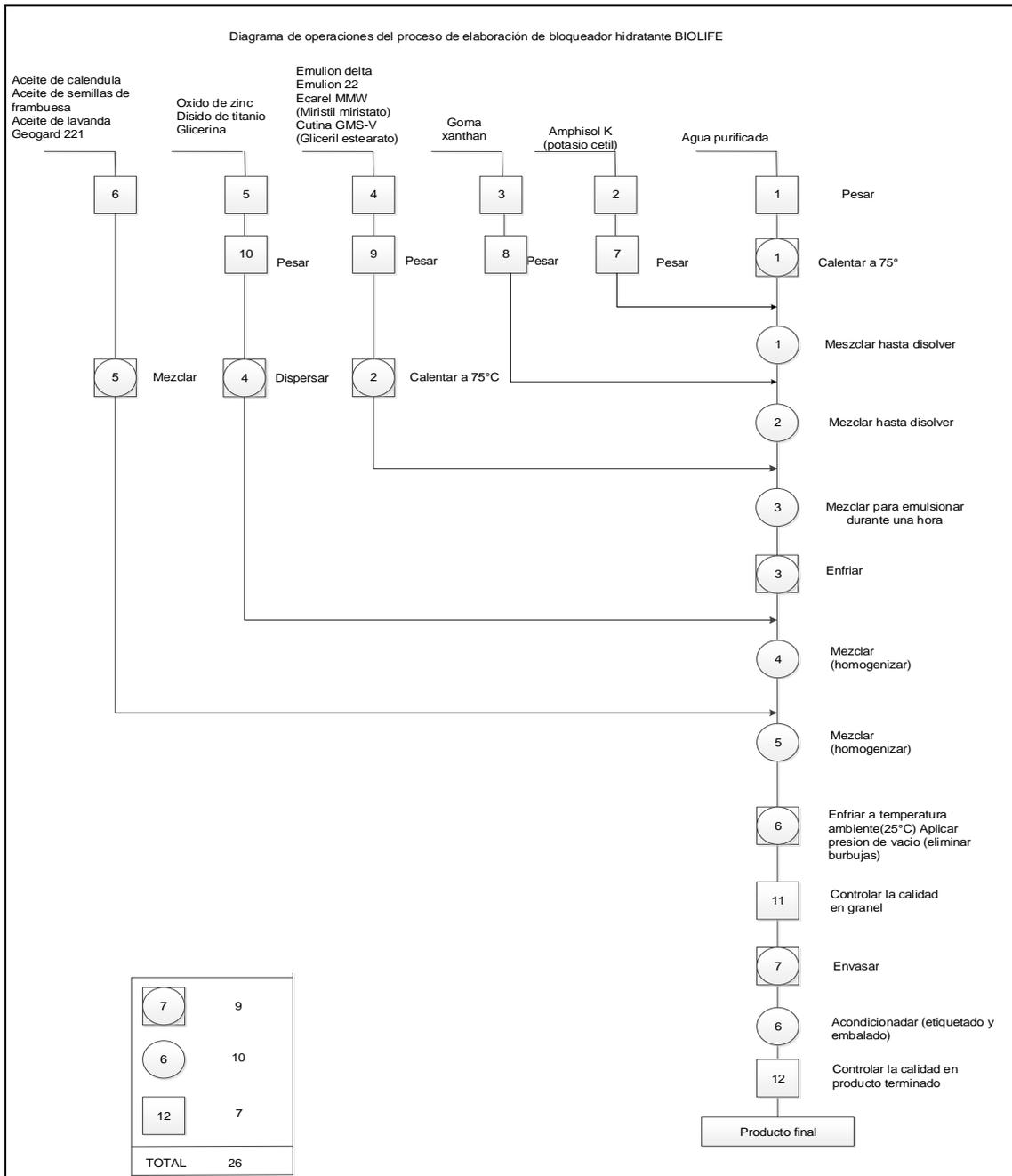


Figura 61. Diagrama de operaciones del proceso de elaboración de bloqueador hidratante
Elaboración propia.

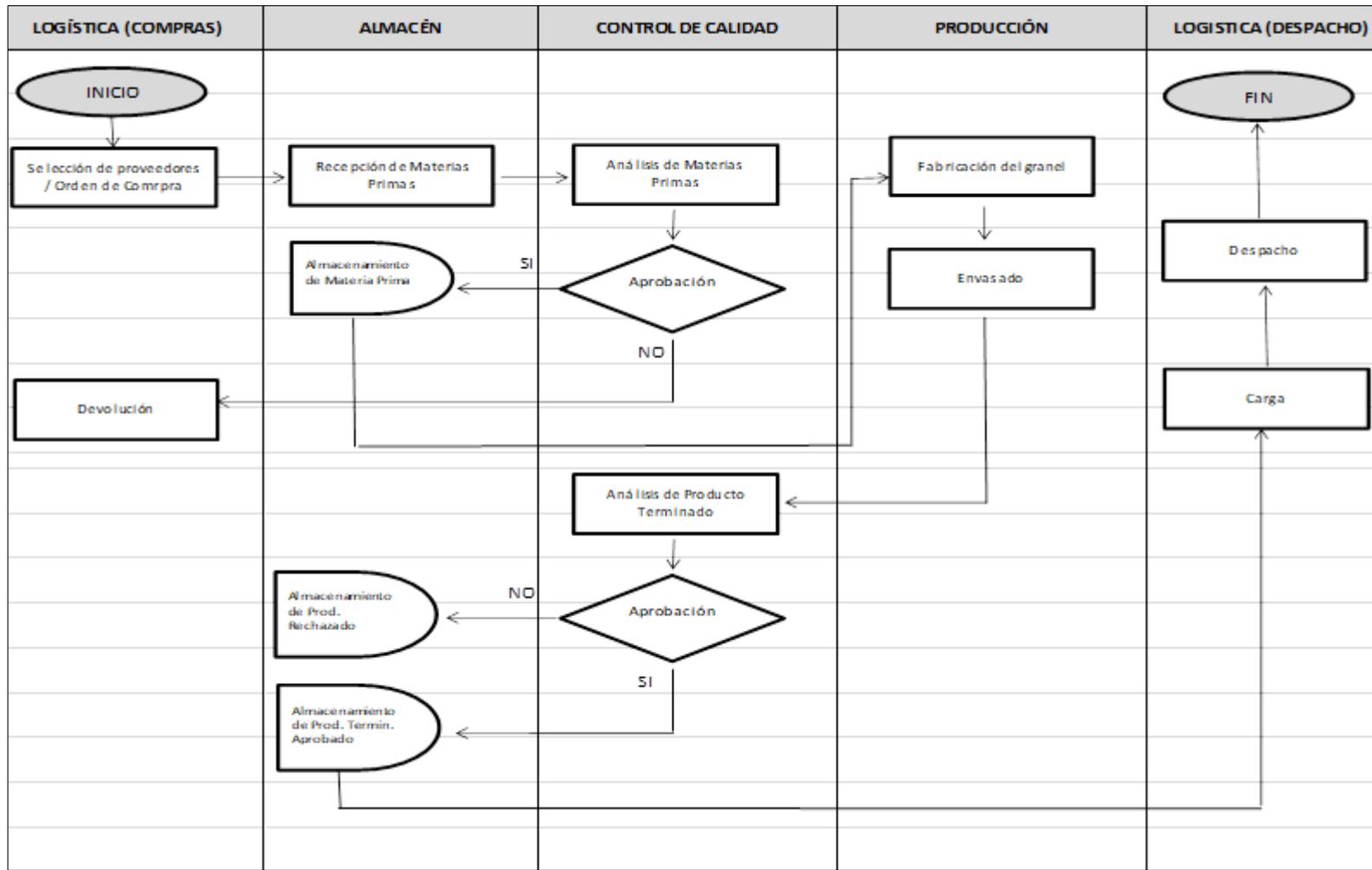


Figura 62. Flujograma general de todo el proceso.

Elaboración propia.

6.2.2 Programa de producción.

Para la estimación del programa de producción tomaremos en consideración las ventas proyectadas, asimismo se deberá incrementar esta estimación ya que calcularemos un incremento de merma de 3%, para el sampling un 1% y el inventario que se debe de tener en almacén un 3%.

Premisas para el programa de producción bloqueador de 150ml:

Tabla 152

Programa de Producción bloqueador 150ml 2019 – 2024.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml		17,537	19,039	20,586	22,153	23,730
Sampling	1.00%	2.00%	1.75%	1.50%	1.25%	1.00%
Inventario final (1 semana)(7/30)		23.33%	23.33%	23.33%	23.33%	23.33%
Merma de producto terminado		3.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%

Nota Elaboración Propia.

Tabla 153

Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) Nov.2019 - Dic.2020

2019-2020		Dic-19	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
Bloqueador 150 ml															
Unidades vendidas	Unidades		1231	1407	1583	941	1117	766	1118	943	767	2379	2555	2730	17537
Sampling	2.00% Unidades	175	25	28	32	19	22	15	22	19	15	48	51	55	351
Merma	3.00% Unidades	5	37	42	47	28	34	23	34	28	23	71	77	82	526
Inventario final	23.33% Unidades	287	287	328	369	220	261	179	261	220	179	555	596	637	4092
Inventario inicial	Unidades		0	287	328	369	220	261	179	261	220	179	555	596	3455
Bloqueador 150 ml a producir		468	1580	1518	1703	838	1214	722	1256	949	764	2874	2724	2907	19051

Nota Elaboración Propia.

Tabla 154

Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2021

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
Bloqueador 150 ml	%													
Unidades vendidas	Unidades	1445	1824	1633	1577	1768	1387	1869	1679	1488	1266	1456	1647	19,039
Sampling	1.75% Unidades	25	32	29	28	31	24	33	29	26	22	25	29	333
Merma	3.00% Unidades	43	55	49	47	53	42	56	50	45	38	44	49	571
Inventario final	23.33% Unidades	337	426	381	368	413	324	436	392	347	295	340	384	4,442
Inventario inicial	Unidades	637	337	426	381	368	413	324	436	392	347	295	340	-4,695
Bloqueador 150 ml a producir		1,214	1,999	1,666	1,639	1,897	1,364	2,070	1,714	1,514	1,274	1,569	1,770	19,691

Nota Elaboración Propia.

Tabla 155

Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2022

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
Bloqueador 150 ml	%													
Unidades vendidas	Unidades	1561	1973	1768	1705	1911	1499	2021	1814	1609	1369	1575	1781	20,586
Sampling	1.50% Unidades	23	30	27	26	29	22	30	27	24	21	24	27	309
Merma	3.00% Unidades	47	59	53	51	57	45	61	54	48	41	47	53	618
Inventario final	23.33% Unidades	364	460	413	398	446	350	472	423	375	319	368	416	4,803
Inventario inicial	Unidades	384	364	460	413	398	446	350	472	423	375	319	368	-4,772
Bloqueador 150 ml a producir		1,611	2,158	1,800	1,767	2,045	1,470	2,234	1,847	1,634	1,375	1,694	1,909	21,544

Nota Elaboración Propia

Tabla 156

Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2023

2023			Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Set-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23	Total
Bloqueador 150 ml	%														
Unidades vendidas		Unidades	1679	2123	1902	1835	2057	1613	2175	1953	1731	1474	1695	1916	22,153
Sampling	1.25%	Unidades	21	27	24	23	26	20	27	24	22	18	21	24	277
Merma	3.00%	Unidades	50	64	57	55	62	48	65	59	52	44	51	57	665
Inventario final	23.33%	Unidades	392	495	444	428	480	376	508	456	404	344	396	447	5,169
Inventario inicial		Unidades	416	392	495	444	428	480	376	508	456	404	344	396	-5,138
Bloqueador 150 ml a producir			1,727	2,317	1,931	1,897	2,196	1,578	2,399	1,984	1,753	1,477	1,819	2,049	23,126

Nota Elaboración Propia

Tabla 157

Programa de Producción bloqueador 150ml (unidades) 2024

2024			Ene-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Ago-24	Set-24	Oct-24	Nov-24	Dic-24	Total
Bloqueador 150 ml	%														
Unidades vendidas		Unidades	1800	2274	2037	1965	2202	1728	2330	2093	1855	1577	1816	2053	23,730
Sampling	1.00%	Unidades	18	23	20	20	22	17	23	21					164
Merma	3.00%	Unidades	54	68	61	59	66	52	70	63	56	47	54	62	712
Inventario final	23.33%	Unidades	420	531	475	459	514	403	544	488	433	368	424	479	5,537
Inventario inicial		Unidades	447	420	531	475	459	514	403	544	488	433	368	424	-5,505
Bloqueador 150 ml a producir			1,845	2,476	2,063	2,027	2,345	1,687	2,564	2,121	1,855	1,559	1,926	2,170	24,638

Nota Elaboración Propia

Tabla 158

Resumen del programa bloqueador 150ml (unidades) 2019 - 2024

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml a producir	181	19,051	19,691	21,544	23,126	24,638

Nota Elaboración Propia

Tabla 159

Resumen de sampling y stock bloqueador 150ml (unidades) 2019 - 2024

resumen de sampling y stock	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Sampling	468	351	333	309	277	164
Stock inicial	0	0	637	384	416	447
Stock final	0	637	384	416	447	479

Nota Elaboración Propia

Tabla 160

Resumen de producción total de bloqueadores (unidades) 2019 - 2024

Resumen de producción total	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Bloqueador 150 ml a producir	468	19,051	19,691	21,544	23,126	24,638
Total unidades a producir	468	19,051	19,691	21,544	23,126	24,638

Nota Elaboración Propia

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos.

Tabla 161

Frecuencia de compra de insumos y materiales.

Bloqueador hidratante 150 ml	Cantidad en gramos o unidad	Unidad de medida	Precio Kg/litro	% merma	Costo por kilo/unidad	Costo unitario	Frecuencia de compra
Insumos						5.10	
Óxido de Zinc	0.030	kg	50.0		42.37	1.27	Mensual
Dióxido de Titanio	0.006	kg	65.0		55.08	0.33	Mensual
Aceite de Caléndula	0.004	l	280.0		237.29	0.89	Mensual
Aceite de semillas de frambuesa	0.006	l	200.0		169.49	1.02	Mensual
Goma Xanthan	0.000	kg	80.0		67.80	0.03	Mensual
Aceite de Lavanda	0.002	l	100.0		84.75	0.13	Mensual
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Cetearth 20 / Steareth 20)	0.005	kg	70.0		59.32	0.27	Bimestral
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	0.006	kg	65.0		55.08	0.33	Mensual
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	0.002	kg	110.0		93.22	0.14	Bimestral
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	0.002	l	205.0		173.73	0.26	Mensual
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	0.005	kg	20.0		16.95	0.08	Mensual
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	0.003	kg	79.0		66.95	0.20	Mensual
Glicerina	0.008	kg	20.0		16.95	0.13	Mensual
Agua purificada	0.074	l	0.5		0.42	0.03	Mensual
Materiales						4.28	
Tubo + tapa polietileno	1	Unidad	2	1.00%	1.6949	1.71	trimestral
Caja por pack	1	Unidad	1.2	1.00%	1.0169	1.03	trimestral
Caja de embalaje	1	Unidad	1.8	1.00%	1.5254	1.54	trimestral

Nota Elaboración Propia.

Tabla 162

Frecuencia de compra de insumos.

Insumos bloqueador hidratante 150 ml	unidad	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Óxido de Zinc	kg	5.42	47.39	45.55	51.10	25.15	36.42	21.67	37.68	28.48	22.93	86.22	81.71	87.22	571.53	590.72	646.31	693.78	739.14
Dióxido de Titanio	kg	1.08	9.48	9.11	10.22	5.03	7.28	4.33	7.54	5.70	4.59	17.24	16.34	17.44	114.31	118.14	129.26	138.76	147.83
Aceite de Caléndula	l	0.68	5.92	5.69	6.39	3.14	4.55	2.71	4.71	3.56	2.87	10.78	10.21	10.90	71.44	73.84	80.79	86.72	92.39
Aceite de semillas de frambuesa	l	1.08	9.48	9.11	10.22	5.03	7.28	4.33	7.54	5.70	4.59	17.24	16.34	17.44	114.31	118.14	129.26	138.76	147.83
Goma Xanthan	kg	0.08	0.71	0.68	0.77	0.38	0.55	0.33	0.57	0.43	0.34	1.29	1.23	1.31	8.57	8.86	9.69	10.41	11.09
Aceite de Lavanda	l	0.27	2.37	2.28	2.55	1.26	1.82	1.08	1.88	1.42	1.15	4.31	4.09	4.36	28.58	29.54	32.32	34.69	36.96
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Cetearth 20 / Steareth 20)	kg	0.81	7.11	6.83	7.66	3.77	5.46	3.25	5.65	4.27	3.44	12.93	12.26	13.08	85.73	88.61	96.95	104.07	110.87
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	kg	1.08	9.48	9.11	10.22	5.03	7.28	4.33	7.54	5.70	4.59	17.24	16.34	17.44	114.31	118.14	129.26	138.76	147.83
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	kg	0.27	2.37	2.28	2.55	1.26	1.82	1.08	1.88	1.42	1.15	4.31	4.09	4.36	28.58	29.54	32.32	34.69	36.96
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	l	0.27	2.37	2.28	2.55	1.26	1.82	1.08	1.88	1.42	1.15	4.31	4.09	4.36	28.58	29.54	32.32	34.69	36.96
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	kg	0.81	7.11	6.83	7.66	3.77	5.46	3.25	5.65	4.27	3.44	12.93	12.26	13.08	85.73	88.61	96.95	104.07	110.87
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	kg	0.54	4.74	4.56	5.11	2.51	3.64	2.17	3.77	2.85	2.29	8.62	8.17	8.72	57.15	59.07	64.63	69.38	73.91
Glicerina	kg	1.35	11.85	11.39	12.77	6.29	9.10	5.42	9.42	7.12	5.73	21.56	20.43	21.81	142.88	147.68	161.58	173.45	184.79
Agua purificada	l	13.33	116.59	112.06	125.70	61.86	89.59	53.31	92.70	70.06	56.40	212.11	201.02	214.56	1405.95	1453.17	1589.92	1706.70	1818.30

Nota Elaboración Propia.

Tabla 163

Frecuencia de compra de materiales.

Materiales bloqueador hidratante 150 ml	unidad	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Tubo + tapa polietileno	Unidad	182	1596	1534	1720	847	1226	730	1269	959	772	2903	2751	2936	19241	19888	21759	23357	24885
Caja por pack	Unidad	182	1596	1534	1720	847	1226	730	1269	959	772	2903	2751	2936	19241	19888	21759	23357	24885
Caja de embalaje	Unidad	182	1596	1534	1720	847	1226	730	1269	959	772	2903	2751	2936	19241	19888	21759	23357	24885

Nota Elaboración Propia.

Tabla 164

Resumen total de necesidades de materia prima.

Resumen total de materias primas	Unidad	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Óxido de Zinc	kg	5.42	47.39	45.55	51.10	25.15	36.42	21.67	37.68	28.48	22.93	86.22	81.71	87.22	571.53	590.72	646.31	693.78	739.14
Dióxido de Titanio	kg	1.08	9.48	9.11	10.22	5.03	7.28	4.33	7.54	5.70	4.59	17.24	16.34	17.44	114.31	118.14	129.26	138.76	147.83
Aceite de Caléndula	l	0.68	5.92	5.69	6.39	3.14	4.55	2.71	4.71	3.56	2.87	10.78	10.21	10.90	71.44	73.84	80.79	86.72	92.39
Aceite de semillas de frambuesa	l	1.08	9.48	9.11	10.22	5.03	7.28	4.33	7.54	5.70	4.59	17.24	16.34	17.44	114.31	118.14	129.26	138.76	147.83
Goma Xanthan	kg	0.08	0.71	0.68	0.77	0.38	0.55	0.33	0.57	0.43	0.34	1.29	1.23	1.31	8.57	8.86	9.69	10.41	11.09
Aceite de Lavanda	l	0.27	2.37	2.28	2.55	1.26	1.82	1.08	1.88	1.42	1.15	4.31	4.09	4.36	28.58	29.54	32.32	34.69	36.96
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Cetareth 20 / Steareth 20)	kg	0.81	7.11	6.83	7.66	3.77	5.46	3.25	5.65	4.27	3.44	12.93	12.26	13.08	85.73	88.61	96.95	104.07	110.87
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	kg	1.08	9.48	9.11	10.22	5.03	7.28	4.33	7.54	5.70	4.59	17.24	16.34	17.44	114.31	118.14	129.26	138.76	147.83
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	kg	0.27	2.37	2.28	2.55	1.26	1.82	1.08	1.88	1.42	1.15	4.31	4.09	4.36	28.58	29.54	32.32	34.69	36.96
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	l	0.27	2.37	2.28	2.55	1.26	1.82	1.08	1.88	1.42	1.15	4.31	4.09	4.36	28.58	29.54	32.32	34.69	36.96
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	kg	0.81	7.11	6.83	7.66	3.77	5.46	3.25	5.65	4.27	3.44	12.93	12.26	13.08	85.73	88.61	96.95	104.07	110.87
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	kg	0.54	4.74	4.56	5.11	2.51	3.64	2.17	3.77	2.85	2.29	8.62	8.17	8.72	57.15	59.07	64.63	69.38	73.91
Glicerina	kg	1.35	11.85	11.39	12.77	6.29	9.10	5.42	9.42	7.12	5.73	21.56	20.43	21.81	142.88	147.68	161.58	173.45	184.79
Agua purificada	l	13.33	116.59	112.06	125.70	61.86	89.59	53.31	92.70	70.06	56.40	212.11	201.02	214.56	1405.95	1453.17	1589.92	1706.70	1818.30

Nota Elaboración propia.

Tabla 165

Resumen total de necesidades de materiales.

Materiales	Unidad	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Tubo + tapa polietileno	Unidad	182	1596	1534	1720	847	1226	730	1269	959	772	2903	2751	2936	19241	19888	21759	23357	24885
Caja por pack	Unidad	182	1596	1534	1720	847	1226	730	1269	959	772	2903	2751	2936	19241	19888	21759	23357	24885
Caja de embalaje	Unidad	182	1596	1534	1720	847	1226	730	1269	959	772	2903	2751	2936	19241	19888	21759	23357	24885

Nota Elaboración propia.

6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 166

Programa de compras de Materias primas 2019 – 2024.

Programa de compras materia prima	Unidad de pedido	Frecuencia de compra	Dic-19	Ene-20	Mar-20	May-20	Jul-20	Set-20	Nov-20	2020	2021	2022	2023	2024
Óxido de Zinc	Bolsas de 1 kg	Bimestral	6.0	93	77	59	67	110	169	575	591	646	694	739
Dióxido de Titanio	Bolsas de 1 kg	Bimestral	2.0	19	16	12	14	22	34	117	118	129	139	148
Aceite de Caléndula	Botella de 1 Lt	Bimestral	1.0	12	10	8	9	14	22	75	74	81	87	92
Aceite de semillas de frambuesa	Botella de 1 Lt	Bimestral	2.0	19	16	12	14	22	34	117	118	129	139	148
Goma Xanthan	Bolsas de 1 kg	Bimestral	1.0	2	2	1	1	2	3	11	9	10	10	11
Aceite de Lavanda	Botella de 1 Lt	Bimestral	1.0	5	4	3	4	6	9	31	30	32	35	37
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Cetareth 20 / Steareth 20)	Bolsas de 1 kg	Bimestral	1.0	14	12	9	10	17	26	88	89	97	104	111
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	Bolsas de 1 kg	Bimestral	2.0	19	16	12	14	22	34	117	118	129	139	148
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	Bolsas de 1 kg	Bimestral	1.0	5	4	3	4	6	9	31	30	32	35	37
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	Botella de 1 Lt	Bimestral	1.0	5	4	3	4	6	9	31	30	32	35	37
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	Bolsas de 1 kg	Bimestral	1.0	14	12	9	10	17	26	88	89	97	104	111
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	Bolsas de 1 kg	Bimestral	1.0	10	8	6	7	11	17	59	59	65	69	74
Glicerina	Bolsas de 1 kg	Bimestral	2.0	24	20	15	17	28	43	147	148	162	173	185
Agua purificada	Galón de 5 Lt	Bimestral	3.0	46	38	29	33	54	84	284	291	318	341	364

Nota Elaboración propia

Tabla 167

Programa de compras de materiales 2019 – 2024.

Programa de compra de materiales	Unidad de pedido	Frecuencia de compra	Dic-19	Ene-20	Mar-20	May-20	Jul-20	Set-20	Nov-20	2020	2021	2022	2023	2024
Tubo + tapa polietileno	ciento	Bimestral	2	31	26	20	22	37	57	193	199	218	234	249
Caja por pack	ciento	Bimestral	2	31	26	20	22	37	57	193	199	218	234	249
Caja de embalaje	ciento	Bimestral	2	31	26	20	22	37	57	193	199	218	234	249

Nota Elaboración propia.

6.2.5 Requerimiento de mano de obra directa.

Se considera que el técnico operario de Producción realiza las labores tanto de fabricación, como envasado y acondicionado.

Asimismo, el técnico analista realiza labores de control de calidad tanto a las materias primas, como al producto en granel y al producto terminado.

Tabla 168

Planilla del personal para el área de producción para todos los años.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL						
DEPARTAMENTO	CARGO	2020	2021	2022	2023	2024
Mano de Obra Indirecta						
Logística	Responsable	1	1	1	1	1
Producción y Control de Calidad	Químico Farmacéutico Supervisor	1	1	1	1	1
Mano de Obra Directa						
Producción	Técnico Operario	1	1	1	2	2
Control de Calidad	Técnico Analista	1	1	1	2	2
TOTAL		4	4	4	6	6

Nota Elaboración propia

6.3 Tecnología para el proceso

6.3.1 Maquinarias.

Tabla 169

Maquinarias para Producción.

Maquinarias para Producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Mezcladora para Emulsiones / Marca: Biaoxin - Chen Xianxiang / Modelo: BXZRH 30 L	1	33300	28,220	28,220	5,080	33,300	15 años	300	Semestral
Dosificador Manual	1	999	847	847	152	999	10 años	200	Anual
			Total	29,067	5,232	34,299			

Nota Elaboración propia.

6.3.2 Equipos

Tabla 170

Equipos de producción.

Equipos de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Cocinilla eléctrica	1	250	212	212	38	250	5 años	50	Anual
Termómetros digitales	2	30	25	51	9	60	5 años	0	0
Balanza por 30 kg	1	480	407	407	73	480	10 años	0	0
Balanza analítica	1	3950	3,347	3,347	603	3,950	10 años	200	Anual
Aire acondicionado	3	1700	1,441	4,322	778	5,100	10 años	200	Anual
Extractora	3	350	297	890	160	1,050	10 años	0	0
Potenciómetro Digital	1	10000	8,475	8,475	1,525	10,000	8 años	200	Anual
Viscosímetro / Reómetro	1	14000	11,864	11,864	2,136	14,000	10 años	200	Anual
Teléfono IP	1	170	144	144	26	170	10 años	0	0
Móvil Celular	2	250	212	424	76	500	5 años	0	0
				30,136	5,424	35,560			

Nota Elaboración propia.

Tabla 171

Equipos de área administrativa.

Equipos área administrativa	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Computadora (core i5)	1	2300	1,949	1,949	351	2,300	5 años	150	Anual
Laptop (Lenovo)	1	1600	1,356	1,356	244	1,600	5 años	150	Anual
Impresoras Multifuncional	2	1400	1,186	2,373	427	2,800	10 años	100	Anual
Proyector	1	1700	1,441	1,441	259	1,700	5 años	100	Anual
Teléfono IP	2	170	144	288	52	340	5 años	0	0
Móvil Celular	2	250	212	424	76	500	5 años	0	0
				7,831	1,409	9,240			

Nota Elaboración propia.

Tabla 172

Equipos área de ventas.

Equipos área ventas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Laptop (Lenovo)	1	1600	1,356	1,356	244	1,600	5 años	150	Anual
Impresoras Multifuncional	2	1400	1,186	2,373	427	2,800	10 años	100	Anual
Impresora Matricial	1	480	407	407	73	480	10 años	100	Anual
Teléfono IP	1	170	144	144	26	170	5 años	0	0
Móvil Celular	1	250	212	212	38	250	5 años	0	0
Total				4,492	808	5,300			

Nota Elaboración propia.

6.3.3 Herramientas.

Tabla 173

Herramientas de trabajo.

Herramientas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Vasos precipitados de 1000ml	2.00	35.00	29.66	59	11	70	Anual
Vasos precipitados de 500ml	2.00	30.00	25.42	51	9	60	Anual
Vasos precipitados de 250ml	4.00	25.00	21.19	85	15	100	Anual
Pipetas	10.00	15.00	12.71	127	23	150	Anual
Espátulas	4.00	20.00	16.95	68	12	80	Bianual
Baguetas	4.00	10.00	8.47	34	6	40	Bianual
Total				424	76	500	

Nota Elaboración propia.

Tabla 174

Útiles de limpieza.

Útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Limpia todo (1 galón)	2.00	24.30	21	41	7	49	Bimestral
Papelera baño	1.00	22.42	19	19	3	22	Anual
Detergente x 6 kg	1.00	65.00	55	55	10	65	Mensual
Escoba	3.00	15.00	13	38	7	45	Trimestral
Recogedor	3.00	12.00	10	31	5	36	Trimestral
Trapeador	2.00	10.00	8	17	3	20	Mensual
Limpia vidrio	2.00	26.00	22	44	8	52	Bimestral
Papel higiénico	8.00	39.80	34	270	49	318	Trimestral
Jabón Líquido	3.00	5.00	4	13	2	15	Mensual
Jabón Líquido industrial	4.00	8.00	7	27	5	32	Mensual
Total				555	100	654	

Nota Elaboración propia.

6.3.4 Utensilios

Tabla 175

Útiles, utensilios.

Útiles	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de compra
Mandiles blancos	8.00	25.00	21	169	31	200	Anual
Pantalón drill blanco	8.00	25.00	21	169	31	200	Anual
Mascarillas (Pack x 100 unid)	3.00	30.00	25	76	14	90	Anual
Gorros (Pack x 100 unid)	3.00	25.00	21	64	11	75	Anual
Zapatos blancos	8.00	70.00	59	475	85	560	Anual
Lentes de Seguridad	8.00	8.00	7	54	10	64	Anual
Guantes (industrial)	2.00	35.00	30	59	11	70	Anual
Extintor 12kg	3.00	25.00	21	64	11	75	Anual
Total				1,131	203	1,334	

Nota Elaboración propia.

6.3.5 Mobiliario

Tabla 176

Mobiliarios de producción.

Mobiliario de producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Estante de acero (producción)	3.00	750.00	635.59	1,906.78	343.22	2,250.00	-	50.00	Anual
Sillas de patas altas (producción)	3.00	200.00	169.49	508.47	91.53	600.00	-	50.00	Anual
Mesa de acero	3.00	350.00	296.61	889.83	160.17	1,050.00	-	50.00	Anual
Escritorio de oficina	2.00	700.00	593.22	1,186.44	213.56	1,400.00	10 años	0.00	-
Sillas	2.00	100.00	84.75	169.49	30.51	200.00	0.00	0.00	0.00
				4,661	839	5,500			

Nota Elaboración propia

Tabla 177

Mobiliario del área administrativa.

Mobiliario área administrativa	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Escritorio de oficina	3.00	700.00	593.22	1,779.66	320.34	2,100.00	10 años	0.00	0.00
Estante de melanina	1.00	350.00	296.61	296.61	53.39	350.00	10 años	0.00	0.00
Cojines para sentarse	3.00	65.00	55.08	165.25	29.75	195.00	5 años	0.00	0.00
Dispensador de Agua	3.00	700.00	593.22	1,779.66	320.34	2,100.00	10 años	150.00	Anual
Mueble de exhibición de vidrio	1.00	4000.00	3,389.83	3,389.83	610.17	4,000.00	15 años	0.00	0.00
Escalera	2.00	150.00	127.12	254.24	45.76	300.00	15 años	0.00	0.00
Sillas con brazos	3.00	250.00	211.86	635.59	114.41	750.00	5 años	50.00	Anual
Ecran	1.00	200.00	169.49	169.49	30.51	200.00	10 años	0.00	0.00
Sillas	6.00	100.00	84.75	508.47	91.53	600.00	10 años	0.00	0.00
				8,979	1,616	10,595			

Nota Elaboración propia.

Tabla 178

Mobiliario del área de ventas.

Mobiliario área ventas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Reposición en años	Costo de mantenimiento	Frecuencia de mantenimiento
Escritorio de oficina	2.00	700.00	593.22	1,186.44	213.56	1,400.00	10 años	0.00	-
Mueble de exhibición de vidrio	1.00	4000.00	3,389.83	3,389.83	610.17	4,000.00	15 años	0.00	0.00
Sillas	6.00	100.00	84.75	508.47	91.53	600.00	10 años	0.00	0.00
				5,085	915	6,000			

Nota Elaboración propia.

6.3.6 Útiles de oficina.

Tabla 179

Útiles del área de producción.

Útiles de oficina área producción	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
CINTA DE EMBALAJE 2 PULGADAS X110 YDS.	12.00	4.60	3.90	47	8	55	Anual
Calculadoras (Unidad)	3.00	19.40	16.44	49	9	58	Anual
Papel fotocopia de 75 gr. (500 hojas)	3.00	10.00	8.47	25	5	30	Anual
Tijeras (Unidad)	2.00	1.50	1.27	3	0	3	Anual
				124	22	146	

Nota Elaboración propia.

Tabla 180

Útiles del área administrativa.

Útiles de oficina área administrativa	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Papel fotocopia de 75 gr. (500 hojas)	9.00	10.00	8	76	14	90	Anual
Archivadores (Docena)	1.00	56.40	48	48	9	56	Anual
Sobres manila Gallo (Ciento)	1.00	16.00	14	14	2	16	Anual
Cintas Adhesiva (16 unidades)	1.00	4.70	4	4	1	5	Anual
Sellos recibido (Unidad)	4.00	24.00	20	81	15	96	Anual
Sellos pagado (Unidad)	4.00	24.00	20	81	15	96	Anual
Clips (Ciento)	5.00	3.20	3	14	2	16	Anual
Tijeras (Unidad)	2.00	1.50	1	3	0	3	Anual
Plumones de pizarra	6.00	16.60	14	84	15	100	Anual
FABER CASTELLPERFORADOR OFICINA METAL 40 HOJAS U-40	4.00	20.80	18	71	13	83	Anual
VINIFAN ENGRAP VINIFAN K1 T/ALICATE PLATEADO	4.00	25.80	22	87	16	103	Anual
RAPID GRAPAS 26/6 X 5000 RAPID	5.00	2.70	2	11	2	14	Anual
FABER CASTELLBOLIG FAB 035 X 12 (6AZ/3RJ/3NG)	10.00	8.29	7	70	13	83	Anual
Resaltadores (Docena)	10.00	20.00	17	169	31	200	Anual
Tajadores (Docena)	2.00	7.20	6	12	2	14	Anual
Correctores (Docena)	1.00	2.90	2	2	0	3	Anual
Borradores (3 unidades)	1.00	3.45	3	3	1	3	Anual
Calculadoras (Unidad)	3.00	19.40	16	49	9	58	Anual
Faster (50 fastener)	3.00	5.60	5	14	3	17	Anual
File manila (Ciento)	1.00	6.10	5	5	1	6	Anual
Tarjetas (Millar)	1.00	120.00	102	102	18	120	Anual
				1,002	180	1,182	

Nota Elaboración propia.

Tabla 181

Útiles del área de ventas.

Útiles de oficina área ventas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/	Valor de venta unitario	Valor de venta total	IGV	Monto total	Frecuencia de Compra
Papel fotocopia de 75 gr. (500 hojas)	3.00	10.00	8	25	5	30	Anual
Calculadoras (Unidad)	2.00	19.40	16	33	6	39	Anual
				58	10	69	

Nota Elaboración propia.

6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 182

Mantenimiento de maquinarias y equipos de producción.

Mantenimiento Maquinarias y equipos de producción	Cantidad	Costo mantenimiento	Frecuencia	Jun-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Mezcladora para Emulsiones / Marca: Biaoxin - Chen Xianxiang / Modelo: BXZRH 30 L	1	300	Semestral	300.00	300.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Dosificador Manual	1	200	Anual		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Cocinilla eléctrica	1	50	Anual		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Balanza analítica	1	200	Anual		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Aire acondicionado	3	200	Anual		600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Cocinilla eléctrica	1	50	Anual		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Potenciómetro Digital	1	200	Anual		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Viscosímetro / Reómetro	1	200	Anual		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
			Costo mantenimiento Maquinarias	300	1,800	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100
			IGV	54	324	378	378	378	378	378
			Monto	354	2,124	2,478	2,478	2,478	2,478	2,478

Nota Elaboración propia.

6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

Tabla 183

Programa de reposición de herramientas.

Reposición de herramientas	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	Dic-19	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Vasos precipitados de 1000ml	2	35	30	59	Anual	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32
Vasos precipitados de 500ml	2	30	25	51	Anual	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85	50.85
Vasos precipitados de 250ml	4	25	21	85	Anual	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
Pipetas	10	15	13	127	Anual	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12
Espátulas	4	20	17	68	Bianual	67.80	0.00	0.00	67.80		67.80	
Baguetas	4	10	8	34	Bianual	33.90	0.00	0.00	33.90		33.90	
					Total valor de venta	423.73	322.03	322.03	423.73	322.03	423.73	322.03
					IGV	76.27	57.97	57.97	76.27	57.97	76.27	57.97
					Monto	500.00	380.00	380.00	500.00	380.00	500.00	380.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 184

Programa de reposición de útiles de limpieza dic. 2019 – nov. 2020.

Reposición de útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	
Limpia todo (1 galón)	2.00	24.30	20.59	41.19	Bimestral	41.19		41.19		41.19		41.19		41.19		41.19		
Papelera baño	1.00	22.42	19.00	19.00	Anual	19.00												19.00
Detergente x 6 kg	1.00	65.00	55.08	55.08	Mensual	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08	55.08
Escoba	3.00	15.00	12.71	38.14	Trimestral	38.14			38.14			38.14				38.14		
Recogedor	3.00	12.00	10.17	30.51	Trimestral	30.51			30.51			30.51				30.51		
Trapeador	2.00	10.00	8.47	16.95	Mensual	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95	16.95
Limpia vidrio	2.00	26.00	22.03	44.07	Bimestral	44.07		44.07		44.07		44.07		44.07		44.07		
Papel higiénico	8.00	39.80	33.73	269.83	Trimestral	269.83			269.83			269.83				269.83		
Jabón líquido	3.00	5.00	4.24	12.71	Mensual	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71	12.71
Jabón líquido industrial	4.00	8.00	6.78	27.12	Mensual	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12	27.12
Total valor de venta						554.59	111.86	197.12	450.34	197.12	111.86	535.59	111.86	197.12	450.34	197.12	130.86	
IGV						99.83	20.14	35.48	81.06	35.48	20.14	96.41	20.14	35.48	81.06	35.48	23.56	
Monto						654.42	132.00	232.60	531.40	232.60	132.00	632.00	132.00	232.60	531.40	232.60	154.42	

Nota Elaboración propia.

Tabla 185

Programa de reposición de útiles de limpieza 2020 – 2024.

Reposición de útiles de limpieza	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	2020	2021	2022	2023	2024
Limpia todo (1 galón)	2.00	24.30	20.59	41.19	Bimestral	247.12	247.12	247.12	247.12	247.12
Papelera baño	1.00	22.42	19.00	19.00	Anual	19.00	19.00	19.00	19.00	19.00
Detergente x 6 kg	1.00	65.00	55.08	55.08	Mensual	661.02	661.02	661.02	661.02	661.02
Escoba	3.00	15.00	12.71	38.14	Trimestral	152.54	152.54	152.54	152.54	152.54
Recogedor	3.00	12.00	10.17	30.51	Trimestral	122.03	122.03	122.03	122.03	122.03
Trapeador	2.00	10.00	8.47	16.95	Mensual	203.39	203.39	203.39	203.39	203.39
Limpia vidrio	2.00	26.00	22.03	44.07	Bimestral	264.41	264.41	264.41	264.41	264.41
Papel higiénico	8.00	39.80	33.73	269.83	Trimestral	1079.32	1079.32	1079.32	1079.32	1079.32
Jabón líquido	3.00	5.00	4.24	12.71	Mensual	152.54	152.54	152.54	152.54	152.54
Jabón líquido industrial	4.00	8.00	6.78	27.12	Mensual	325.42	325.42	325.42	325.42	325.42
Total valor de venta						3226.80	3226.80	3226.80	3226.80	3226.80
IGV						581	581	581	581	581
Monto						3808	3808	3808	3808	3808

Nota Elaboración propia.

Tabla 186

Programa de reposición de útiles.

Útiles	Cantidad	Precio de venta unitario en S/.	Valor de venta unitario	Valor de venta total	Frecuencia de compra	Dic-19	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Mandiles blancos	8.00	25.00	21.19	169.49	Anual	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Pantalón drill blanco	8.00	25.00	21.19	169.49	Anual	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Mascarillas (Pack x 100unid)	3.00	30.00	25.42	76.27	Anual	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27
Gorros (Pack x 100 unid)	3.00	25.00	21.19	63.56	Anual	63.56	63.56	63.56	63.56	63.56	63.56	63.56
Zapatos blancos	8.00	70.00	59.32	474.58	Anual	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58	474.58
Lentes de Seguridad	8.00	8.00	6.78	54.24	Anual	54.24	54.24	54.24	54.24	54.24	54.24	54.24
Guantes (industrial)	2.00	35.00	29.66	59.32	Anual	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32	59.32
Extintor 12kg	3.00	25.00	21.19	63.56	Anual	63.56	63.56	63.56	63.56	63.56	63.56	63.56
Total valor de venta						1130.51						
IGV						203.49	203.49	203.49	203.49	203.49	203.49	203.49
Monto						1334.00						

Nota Elaboración propia.

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

Tabla 187

Programa de reposición de útiles de oficina área de producción.

Reposición de útiles de oficina área producción	Frecuencia de recompra	Dic-19	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
CINTA DE EMBALAJE 2 PULGADAS X110 YDS.	Anual	46.78	46.78	46.78	46.78	46.78	46.78	46.78
Calculadoras (Unidad)	Anual	49.32	49.32	49.32	49.32	49.32	49.32	49.32
Papel fotocopia de 75 gr. (500 hojas)	Anual	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42
Tijeras (Unidad)	Anual	2.54	2.54	2.54	2.54	2.54	2.54	2.54
	Total valor venta	124.07						
	IGV	22.33	22.33	22.33	22.33	22.33	22.33	22.33
	Monto	146.40						

Nota Elaboración propia.

Tabla 188

Programa de reposición de útiles de oficina área administrativa

Reposición de útiles de oficina área administrativa	Frecuencia de recompra	Dic-19	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Papel fotocopia de 75 gr. (500 hojas)	Anual	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27
Archivadores (Docena)	Anual	47.80	47.80	47.80	47.80	47.80	47.80	47.80
Sobres manila Gallo (Ciento)	Anual	13.56	13.56	13.56	13.56	13.56	13.56	13.56
Cintas Adhesiva (16 unidades)	Anual	3.98	3.98	3.98	3.98	3.98	3.98	3.98
Sellos recibido (Unidad)	Anual	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36
Sellos pagado (Unidad)	Anual	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36	81.36
Clips (Ciento)	Anual	13.56	13.56	13.56	13.56	13.56	13.56	13.56
Tijeras (Unidad)	Anual	2.54	2.54	2.54	2.54	2.54	2.54	2.54
Plumones de pizarra	Anual	84.41	84.41	84.41	84.41	84.41	84.41	84.41
FABER CASTELL PERFORADOR OFICINA METAL 40 HOJAS U-40	Anual	70.51	70.51	70.51	70.51	70.51	70.51	70.51
VINIFAN ENGRAP VINIFAN K1 T/ALICATE PLATEADO	Anual	87.46	87.46	87.46	87.46	87.46	87.46	87.46
RAPID GRAPAS 26/6 X 5000 RAPID	Anual	11.44	11.44	11.44	11.44	11.44	11.44	11.44
FABER CASTELL BOLIG FAB 035 X 12 (6AZ/3RJ/3NG)	Anual	70.25	70.25	70.25	70.25	70.25	70.25	70.25
Resaltadores (Docena)	Anual	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Tajadores (Docena)	Anual	12.20	12.20	12.20	12.20	12.20	12.20	12.20
Correctores (Docena)	Anual	2.46	2.46	2.46	2.46	2.46	2.46	2.46
Borradores (3 unidades)	Anual	2.92	2.92	2.92	2.92	2.92	2.92	2.92
Calculadoras (Unidad)	Anual	49.32	49.32	49.32	49.32	49.32	49.32	49.32
Faster (50 fastener)	Anual	14.24	14.24	14.24	14.24	14.24	14.24	14.24
File manila (Ciento)	Anual	5.17	5.17	5.17	5.17	5.17	5.17	5.17
Tarjetas (Millar)	Anual	101.69	101.69	101.69	101.69	101.69	101.69	101.69
0.00	0.00	1001.99	1001.99	1001.99	1001.99	1001.99	1001.99	1001.99
	Total valor venta	2003.98						
	IGV	360.72	360.72	360.72	360.72	360.72	360.72	360.72
	Monto	2364.70						

Nota Elaboración propia.

Tabla 189

Programa de reposición de útiles de oficina área de ventas

Reposición de útiles de oficina área ventas	Frecuencia de recompra	Dic-19	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Papel fotocopia de 75 gr. (500 hojas)	Anual	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42	25.42
Calculadoras (Unidad)	Anual	32.88	32.88	32.88	32.88	32.88	32.88	32.88
Total valor venta		58.31						
IGV		10.49	10.49	10.49	10.49	10.49	10.49	10.49
Monto		68.80						

Nota Elaboración propia.

6.4 Localización

6.4.1 Macro localización.

La aproximación de la ubicación geográfica de EKO SKIN SAC se pondera con el método de Centro de Gravedad, tomando en cuenta para el cálculo las direcciones de los proveedores y el almacén del principal canal de distribución.

- **Centro de Gravedad:**

Tabla 190

Centro de gravedad.

Proveedor	Distrito	Coordenada X	Coordenada Y	Kg
Envases	Lurín	-12.27	-76.83	10000
Aceite de Frambuesa	Surquillo	-12.12	-77.02	12000
Caléndula	VES	-12.24	-76.94	7500
Óxido de Zinc	VES	-12.24	-76.94	60000
Almacén	Chorrillos	-12.2	-76.99	300000

Nota Elaboración propia.

Esta estimación tiene como resultado un local en la Urb. Palmeras de Villa – Chorrillos.

- **Ubicación Estimada:**

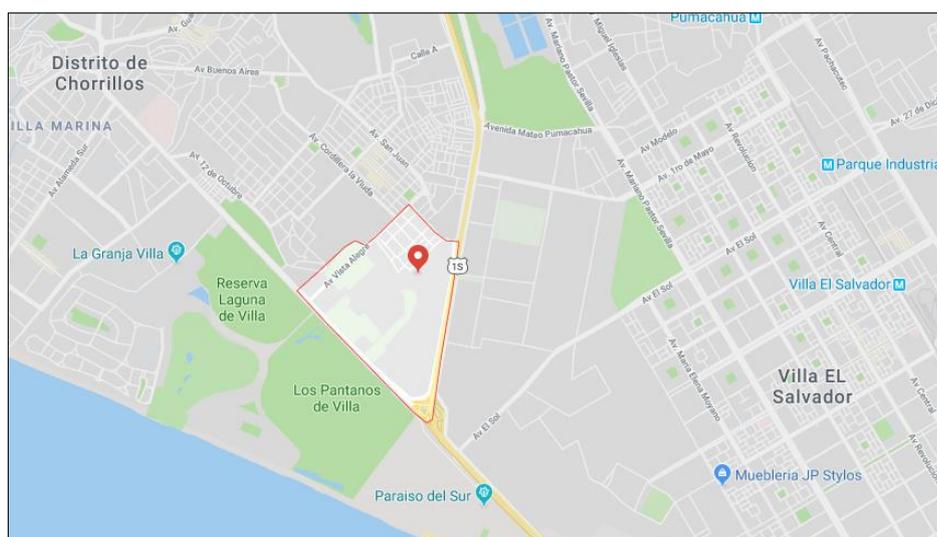


Figura 63. Ubicación estimada.

Recuperado de Google Maps.

El cuadrante resultante es punto de convergencia de 03 distritos con zonas industriales accesibles: San Juan de Miraflores, Villa El Salvador y Chorrillos:



Figura 64. Distrito de San Juan de Miraflores.

Recuperado de Google Maps



Figura 65. Distrito de Villa El Salvador.

Recuperado de Google Maps.



Figura 66. Distrito de Chorrillos.
Recuperado de Google Maps.

Para poder identificar el distrito idóneo para la ubicación del local realizamos la valoración con la Matriz de Macro Localización:

Tabla 191

Variables de la Macro Localización.

Variables	Peso	Chorrillos		San Juan de Miraflores		Villa El Salvador	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Cercanía a Clientes	0.4	5	2	10	4	10	4
Vías de Transporte	0.2	10	2	8	1.6	5	1
Mano de obra	0.15	6	0.9	8	1.2	8	1.2
Cercanía a Proveedores	0.13	10	1.25	7	0.875	8	1
Permisos Municipales	0.13	10	1.25	7	0.875	8	1
Total	1		7.4		8.55		8.2

Nota Elaboración propia.

El resultado nos arroja que el local se debe ubicar en San Juan de Miraflores.

6.4.2 Macro Localización.

Para poder elegir el local definitivo de la empresa realizaremos la comparación de un tema de opciones de resultado de la búsqueda a través de una Matriz de Micro Localización.

Micro localización.

Tabla 192

Variables de la micro localización.

Variables	Peso	Jr. Talara 167		Jr. Paíta 220		Jr. Manuel Casos 125	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Renta	0.4	9	3.6	8	3.2	6	2.4
Servicios Básicos	0.25	9	2.25	9	2.25	7	1.75
Accesibilidad	0.2	10	2	10	2	8	1.6
Seguridad	0.15	8	1.2	8	1.2	6	0.9
Total	1		9.05		8.65		6.65

Nota Elaboración propia.

Las instalaciones de EKO SKIN SAC se ubicarán en el Jr. Talara 167. San Juan de Miraflores. Lima.

Local Industrial de 1340 m2. Cuenta con una subestación eléctrica con capacidad de 400 KW, sistema de pozo a tierra, tanque elevado de 9 m3, así como dos cisternas de 16 y 28 m3 Este local funcionara como planta, almacén y oficina.



Figura 67. Local.

Recuperado de Miperu Rosecorp.

Esta local nos favorece por:

- Ubicación idónea con respecto a proveedores y canales de distribución.
- Facilidad y menores costos para la obtención de licencias y permisos.
- Menor costo de alquiler.
- Seguridad por su cercanía a un Centro Comercial.
- Vías de acceso rápido para el personal.
- Patio amplio para adecuación para la planta y almacén.
- Oficinas independientes.

6.4.3 Gastos de adecuación.

Los Gastos de adecuación se detallan en el siguiente presupuesto y ascienden a la suma de S/ 40539.00 + IGV.

Tabla 193
Gastos de adecuación.

Descripción	cantidad	medida	costo unitario	Valor Adquisición	IGV	Desembolso total
Gastos de adecuación o acondicionamiento del local						
OBRAS CIVILES						
OBRAS PRELIMINARES						
Movilización y Desmovilización de Equipos, Materiales y Herramientas	1.00	Glb	S/150.00	S/150.00	S/27.00	S/177.00
Trazo y Replanteo	68.00	ml	S/1.00	S/68.00	S/12.24	S/80.24
Sardinell de concreto tarrajado y pintado color según elección del cliente	38.00	ml	S/35.00	S/1,330.00	S/239.40	S/1,569.40
Desmontaje y demolición						
Desmontaje de techo ligero de lavandería	1.00	Glb	S/80.00	S/80.00	S/14.40	S/94.40
Desmontaje de estructura metálica y vidrio (teatina)	2.00	Glb	S/90.00	S/180.00	S/32.40	S/212.40
Demolición de murete en fachada principal	1.00	Glb	S/100.00	S/100.00	S/18.00	S/118.00
Demolición de lavadero de concreto e inhabilitación de puntos de agua y desagüe	1.00	Glb	S/250.00	S/250.00	S/45.00	S/295.00
Instalaciones eléctricas provisionales incluye adaptaciones en tablero eléctrico provisional, reflectores y otros para trabajos en obra	1.00	Glb	S/180.00	S/180.00	S/32.40	S/212.40
Resanes generales	1.00	Glb	S/200.00	S/200.00	S/36.00	S/236.00
Movimiento de tierras						
ACARREO DE MATERIAL DE DESMONTE (Dp=30 m)	2.50	m3	S/30.00	S/75.00	S/13.50	S/88.50
ELIMINACION DE MATERIAL DE DESMONTE PRODUCTO DE LA DEMOLICION	2.50	m3	S/120.00	S/300.00	S/54.00	S/354.00
HABILITACION DE PUNTOS DE AGUA Y DESAGUE EN COCINA Y LAVANDERIA						
Punto de desagüe 01	1.00	Gbl	S/230.00	S/230.00	S/41.40	S/271.40
Punto de desagüe 02	1.00	Gbl	S/230.00	S/230.00	S/41.40	S/271.40
Punto de desagüe 03	1.00	Gbl	S/140.00	S/140.00	S/25.20	S/165.20
Punto de agua 01	1.00	Gbl	S/140.00	S/140.00	S/25.20	S/165.20
Punto de agua 02	1.00	Gbl	S/140.00	S/140.00	S/25.20	S/165.20
Punto de agua 03	1.00	Gbl	S/140.00	S/140.00	S/25.20	S/165.20
CARPINTERIA						
Suministro de puertas contra placadas pintada al duco, incluye cerradura tipo bola	24.00	und	S/300.00	S/7,200.00	S/1,296.00	S/8,496.00
Instalación de puertas contra placadas pintada al duco, incluye cerradura tipo bola	22.00	Und	S/60.00	S/1,320.00	S/237.60	S/1,557.60
VIDRIOS Y CRISTALES						
Ventana de aluminio tipo corrediza vidrio incoloro de 6mm	14.00	m2	S/180.00	S/2,520.00	S/453.60	S/2,973.60
INSTALACIONES ELECTRICAS						
Acometida en General (Termo Magnéticos, Diferencial, Interruptores, Tableros)						
Suministro e instalación de Tablero General monofásico de 8 polos (Pesado)	1.00	unid	S/200.00	S/200.00	S/36.00	S/236.00
Interruptor Termo Magnético 2x20A General Electric	5.00	unid	S/50.00	S/250.00	S/45.00	S/295.00
Puntos de iluminación	34.00	Pts	S/35.00	S/1,190.00	S/214.20	S/1,404.20
Puntos de tomacorrientes, internet, tv y teléfono	30.00	Pts	S/35.00	S/1,050.00	S/189.00	S/1,239.00
Iluminación en General						
Red de distribución - de Instalaciones Eléctricas (Circuitos para Luminarias, Cajas de Paso, Tomacorrientes, Interruptores, - Cable INDECO - Por Entubado General y cableado	1.00	Glb	S/800.00	S/800.00	S/144.00	S/944.00
TABIQUERIA DE DRYWALL						
Suministro e Instalación de Cielo Raso de drywall	72.00	m2	S/85.00	S/6,120.00	S/1,101.60	S/7,221.60
Suministro e Instalación de Tabiquería Drywall en placa ST 1/2", a 2 caras, esp. 10 cm incluye LANA DE VIDRIO	112.00	m2	S/95.00	S/10,640.00	S/1,915.20	S/12,555.20
Suministro e instalación de vigas de estructura galvanizada de drywall para cobertura de techo	1.00	Gbl	S/617.50	S/617.50	S/111.15	S/728.65
PINTURA						
Suministro de pintura en general de muros interiores, en latex CPP pato, a dos manos - Color Blanco humo	132.00	m2	S/4.00	S/528.00	S/95.04	S/623.04
Pintado y empastado en general de muros interiores, en latex CPP pato, a dos manos - Color Blanco humo	1.00	gbl	S/1,200.00	S/1,200.00	S/216.00	S/1,416.00
Suministro de pintura cielo raso de drywall, en latex CPP pato, a dos manos - Color Blanco humo	41.80	m2	S/4.00	S/167.20	S/30.10	S/197.30
Pintado y empastado de cielo raso de drywall, en latex CPP, a dos manos - Color Blanco humo	1.00	gbl	S/400.00	S/400.00	S/72.00	S/472.00
COBERTURA DE TECHO						
Suministro e instalación de manto asfáltico y drenaje para agua de lluvias	72.00	m2	S/23.50	S/1,692.00	S/304.56	S/1,996.56
Suministro e instalación de aglomerado para soporte de ladrillo pastelero	53.00	m2	S/15.00	S/795.00	S/143.10	S/938.10
TOTAL			S/6,360.00	S/40,622.70	S/7,312.09	S/47,934.79

** Observaciones: Considero unid de medida mt2, en caso fuese necesario

Nota Elaboración Propia

6.4.4 Gastos de servicio.

Alquiler:

Local Industrial de 1340 m2. Cuenta con una subestación eléctrica con capacidad de 400 KW, sistema de pozo a tierra, tanque elevado de 9 m3, así como dos cisternas de 16 y 28 m3.

El monto de la renta pactada se hace por mes adelantado.

Precio: \$2000 Incluye IGV.

Garantía:

El contrato se realizará tomando en cuenta el abono de 02 rentas mensuales como garantía.

Precio: \$4000 incluye IGV

Agua:



SERVICIO DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE LIMA - SEDAPAL S.A.

ESTRUCTURA TARIFARIA VIGENTE

Por los Servicios de Agua Potable y Alcantarillado

1. CARGO FIJO (S/ / Mes) 5.042

2. CARGO POR VOLUMEN

CLASE CATEGORIA	RANGOS DE CONSUMOS m ³ /mes	Tarifa (S/ / m ³)	
		Agua Potable	Alcantarillado ⁽¹⁾
NO RESIDENCIAL			
Comercial	0 a 1000	5.360	2.499
	1000 a más	5.751	2.680
Industrial	0 a más	5.751	2.680
Estatat	0 a más	3.525	1.591

⁽¹⁾ Incluye los servicios de recolección y tratamiento de aguas residuales.

Notas:

A.- No incluye I.G.V.

B.- SUNASS mediante Oficio N° 371-2018/SUNASS-030, autoriza a SEDAPAL aplicar un incremento tarifario de 2,31% para el servicio de agua potable y 5,67% para alcantarillado, en cumplimiento a lo dispuesto en los ítem 2 de los numerales 4.1 y 4.2 del Anexo N° 2 de la Resolución de Consejo Directivo N° 022-2015-SUNASS-CD

C.- La presente Estructura Tarifaria se aplicará a partir del primer ciclo de facturación posterior al 23.11.2018

Publicado en el Diario El Peruano el 09.12.2018 Gerencia de Desarrollo e Investigación

Figura 68. Estructura Tarifaria de Sedapal
Recuperado de SEDAPAL

La tarifa que corresponde es la Industrial y se estima un consumo promedio de 100M3 por mes, con lo que el gasto en agua sería según el detalle:

Tabla 194
Detalle de facturación del agua.
Detalle de Facturación

Concepto		Importe
Volumen de Agua Potable	100 m3	575.10
Servicio de Alcantarillado		268.00
Cargo Fijo		5.04
IGV		152.67
	Consumo del mes	1000.81

Nota Elaboración propia.

Electricidad:

La categoría que nos corresponde para la tarifa de energía eléctrica es MT3, para asegurar la potencia que permita que las maquinas trabajen sin oscilaciones.

MEDICION DOBLE DE ENERGIA Y UNA POTENCIA CONTRATADA (2E1P)	Unidad	Media Tensión		Baja Tensión		Unidad	Media Tensión		Baja Tensión	
		MT3	BT3	MT3	BT3		MT3	BT3		
Cargo Fijo mensual	S./Usuario		3.68		3.68	S./Usuario		3.68		3.68
Cargo por Energía en punta	cent S./kW.h	23.79	25.77	23.79	25.77	cent S./kW.h	23.79	25.77	23.79	25.77
Cargo por Energía fuera de punta	cent S./kW.h	19.69	21.33	19.69	21.33	cent S./kW.h	19.69	21.33	19.69	21.33
Cargo por potencia activa de generación para calificación "Presen te punta"	S./kW mes	48.97	53.48	48.97	53.48	S./kW mes	50.11	54.73	50.11	54.73
Cargo por potencia activa de generación para calificación "Fuera punta"	S./kW mes	33.37	36.63	33.37	36.63	S./kW mes	34.15	37.50	34.15	37.50
Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Presen te punta"	S./kW mes	12.39	54.45	12.39	54.45	S./kW mes	12.39	54.45	12.39	54.45
Cargo por potencia activa por uso redes de distribución para calificación "Fuera punta"	S./kW mes	12.38	49.86	12.38	49.86	S./kW mes	12.38	49.86	12.38	49.86
Cargo por energía reactiva que exceda el 30% del total de la energía activa	cent S./kvarh	5.04	5.04	5.04	5.04	cent S./kvarh	5.04	5.04	5.04	5.04

Figura 69. Servicio de electricidad.

Recuperado de Elaboración propia.

La tarifa que corresponde es 2E1P y se estima un consumo promedio de 7151 kw/h por mes, con lo que el gasto en energía eléctrica sería según el detalle.

Tabla 195

Detalle de facturación de energía

Detalle de Facturación

Concepto		Importe
Cargo por Energía en Punta	7151 KW/h	1360.98
Cargo por Energía fuera de Punta		281.61
Cargo Fijo		3.68
IGV		296.33
	Consumo del mes	1942.59

Nota Elaboración propia.

Teléfono:

Contrataremos un servicio básico de telefonía + internet y además contrataremos una PBX en la nube para la central telefónica IP.

Tarifa Telefonía + Internet: 95.00

Tarifa PBX en la nube: 85.00

6.4.5 Plano del centro de operaciones.

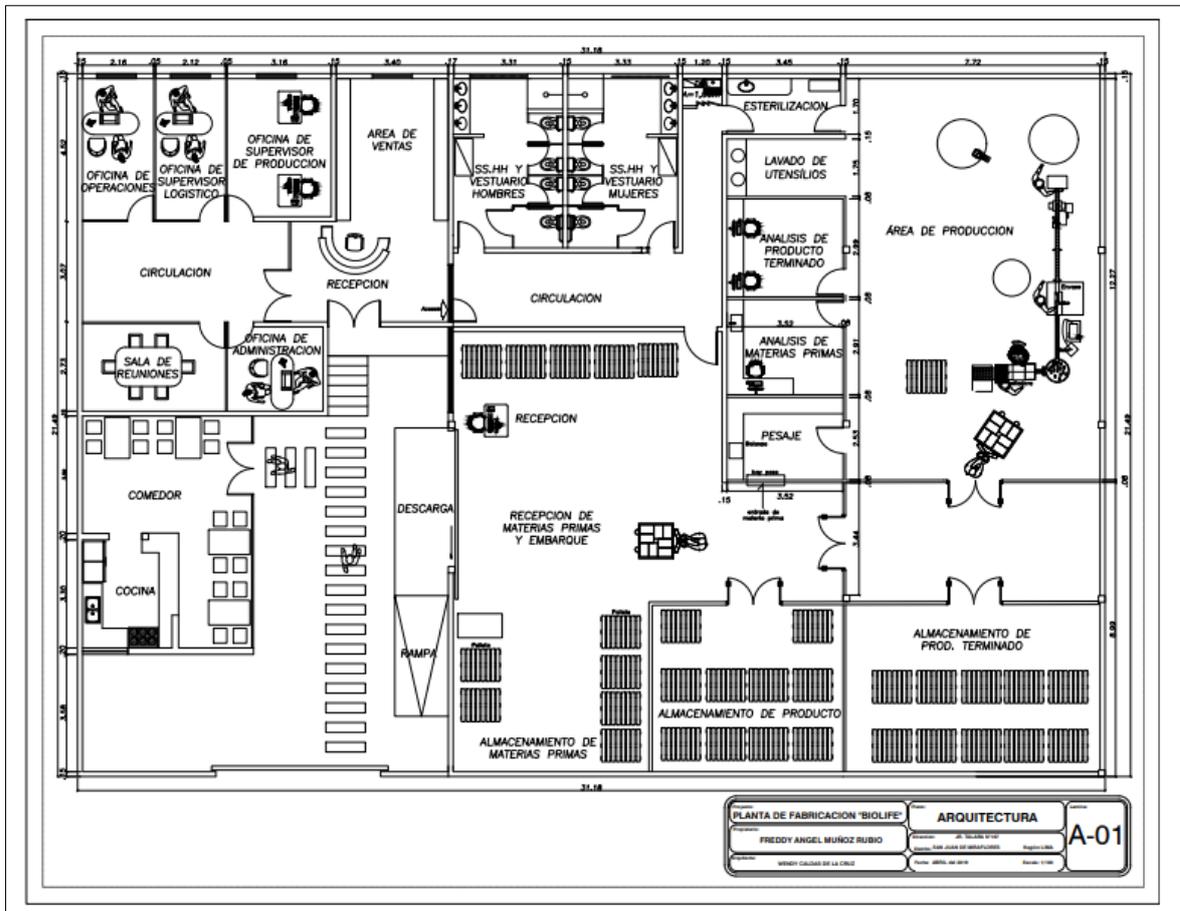


Figura 70. Plano del centro de operaciones.

Recuperado de Elaboración propia.

6.4.6 Descripción del centro de operaciones.

- Área de Producción: 120m² donde se ubican todas las áreas de los procesos comprendidos para la producción.
- Área de Almacenamiento de Materias Primas: 35m² donde se almacenan las materias primas revisadas.
- Patio de Recepción de Materias Primas: 60m²
- Área de Almacenamiento de Producto Terminado: 60m²
- Área Administrativa: 50m²
- Servicios Higiénicos. 20m²
- Comedor: 30m²
- Patio de Descarga: 60m²

6.5 Responsabilidad social frente al entorno

Impacto ambiental.

Como empresa estamos conscientes del impacto social, y por ello consideramos importante que nuestros residuos cumplan con los estándares de reciclaje.

Todo residuo descartado deberá ser clasificado, y depositado en los depósitos apropiados, estos deben de mantenerse tapados.

Según Decreto Legislativo N° 1278.- Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos, en la cual manifiesta la manera correcta del uso de económico sanitario.

Por lo tanto, consideramos de suma importancia aplicar esta normativa en nuestra empresa, asimismo el poder difundirlo a los colegios que se encuentren cerca de la ubicación de la empresa entregando material visual y complementarlo con charlas.

Tabla 196
Clasificación de residuos.

Plástico	Residuos Generales	Metales	Papel y Cartón	Vidrio	Orgánicos	Residuos peligrosos
						
Tecnoport Botellas de plástico	Material Biodegradabl e	Latas Envases de aluminio hojalata	Papel derivados (Cartón, periódico)	y Frasco, botellas y envases de vidrio	Residuos orgánicos	Materiales peligrosos, que no se puedan reciclar como pilas y baterías.

Nota Elaboración propia.

6.5.1 Con los trabajadores

La empresa le corresponde velar por el cuidado de los trabajadores de la empresa, es por ello que como consideramos que deben de implantarse un plan anual de exámenes médicos ocupacionales.

Es de manera indispensable que nuestros trabajadores tengan sus equipos de seguridad y la indumentaria adecuada para que puedan realizar de manera segura sus labores asignadas las cuales mencionaremos a continuación:

Tabla 197

Detalle .

DETALLE

Mandiles blancos

Pantalón drill blanco

Mascarillas (Pack x 100 und)

Gorros (Pack x 100 und)

Zapatos blancos

Lentes de Seguridad

Guantes (industrial)

Nota Elaboración propia.

Nos preocuparemos por cumplir la normativa laboral, así como respetar los días de descanso, beneficios sociales.

Consideramos de suma importancia integrar a nuestros colaboradores es por ello que se programaran:

- Confraternización por cumpleaños.
- Capacitaciones (seguridad, talleres de actualizaciones)
- Paseos de recreación

6.5.2 Con la comunidad.

Se programarán un pequeño compartir con los vecinos de las zonas aledañas por navidad, asimismo se programará un full Day de talleres de recreación, en el cual todos los vecinos puedan integrarse y participar (talleres de recreación, campeonatos relámpagos, etc.).

Tabla 198

Presupuesto anual 2020 de responsabilidad social.

	ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Impacto Social	Concientización del cuidado de la vegetación (campañas de limpieza)	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/750.00
	Concientización de la gestión integral de residuos sólidos (Campañas y talleres)	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00
Trabajadores	Paseos de recreación	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/800.00
	Talleres de actualización	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/800.00
	Capacitaciones de seguridad	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/400.00
Con la comunidad	Confraternización por cumpleaños	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/240.00
	Compartir por fiestas navideñas	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/500.00	S/500.00
	Campañas de prevención	S/300.00	S/300.00	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/600.00
TOTAL		S/300.00	S/550.00	S/100.00	S/1,000.00	S/0.00	S/670.00	S/0.00	S/800.00	S/350.00	S/0.00	S/0.00	S/720.00	S/4,490.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 199

Presupuesto anual 2021 de responsabilidad social

	ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Impacto Ambiental	Concientización del cuidado de la vegetación (campañas de limpieza)	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/1,000.00
	Concientización de la gestión integral de residuos sólidos (Campañas y talleres)	S/200.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/1,000.00
Trabajadores	Paseos de recreación	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/800.00
	Talleres de actualización	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/1,200.00
	Capacitaciones de seguridad	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/400.00
Con la comunidad	Confraternización por cumpleaños	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/480.00
	Compatir por fiestas navideñas	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/500.00	S/500.00
	Campañas de prevención	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/600.00
TOTAL		S/450.00	S/0.00	S/420.00	S/650.00	S/400.00	S/720.00	S/0.00	S/650.00	S/420.00	S/0.00	S/450.00	S/1,820.00	S/5,980.00

Nota Elaboración propia.

Tabla 200

Presupuesto anual 2022 de responsabilidad social.

	ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Impacto Ambiental	Concientización del cuidado de la vegetación (campañas de limpieza).	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/750.00
	Concientización de la gestión integral de residuos sólidos (Campañas y talleres).	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/600.00
Trabajadores	Paseos de recreación.	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/1,200.00
	Talleres de actualización.	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/1,600.00
	Capacitaciones de seguridad.	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/400.00
Con la comunidad	Confraternización por cumpleaños.	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/0.00	S/120.00	S/480.00
	Compartir por fiestas navideñas.	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/500.00	S/500.00
	Campañas de prevención	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/1,200.00
Total		S/0.00	S/0.00	S/920.00	S/450.00	S/400.00	S/920.00	S/400.00	S/450.00	S/920.00	S/0.00	S/0.00	S/2,270.00	S/6,730.00

Nota Elaboración propia

Tabla 201

Presupuesto anual 2023 de responsabilidad social.

	ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	NOV	DIC	TOTAL
Impacto Ambiental	Concientización del cuidado de la vegetación (campañas de limpieza).	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/250.00	S/1,000.00
	Concientización de la gestión integral de residuos sólidos (Campañas y talleres).	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/200.00	S/800.00
	Paseos de recreación.	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/1,200.00
Trabajadores	Talleres de actualización.	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/1,600.00
	Capacitaciones de seguridad.	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/100.00	S/400.00
	Confraternización por cumpleaños.	S/120.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/120.00	S/0.00	S/120.00	S/120.00	S/0.00	S/720.00
Con la comunidad	Compartir por fiestas navideñas.	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/500.00	S/500.00
	Campañas de prevención	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/900.00
TOTAL		S/120.00	S/0.00	S/1,070.00	S/300.00	S/520.00	S/950.00	S/520.00	S/300.00	S/1,070.00	S/120.00	S/2,150.00	S/7,120.00

Nota: Elaboración propia.

(*) No se considera octubre ya que no hay gasto ese mes.

Tabla 202

Presupuesto anual 2024 de responsabilidad social.

ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Impacto Ambiental													
Concientización del cuidado de la vegetación (campañas de limpieza)	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/0.00	S/0.00	S/250.00	S/1,000.00
Concientización de la gestión integral de residuos sólidos (Campañas y talleres)	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/0.00	S/0.00	S/200.00	S/800.00
Trabajadores													
Paseos de recreación	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/400.00	S/1,200.00
Talleres de actualización	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/0.00	S/400.00	S/2,400.00
Capacitaciones de seguridad	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/100.00	S/400.00
Confraternización por cumpleaños	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/1,440.00
Con la comunidad													
Compartir por fiestas navideñas.	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/500.00	S/500.00
Campañas de prevención.	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/300.00	S/900.00
TOTAL	S/120.00	S/520.00	S/670.00	S/820.00	S/520.00	S/1,070.00	S/520.00	S/820.00	S/670.00	S/520.00	S/120.00	S/2,270.00	S/8,640.00

Nota Elaboración propia.

Capítulo VII. Estudio económico y financiero

7.1 Inversiones

7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Según las NICS se considera depreciable todo activo cuyo valor supere al 1/4 de UIT.

Tabla 203

Inversión en activos fijos depreciables (importe en soles).

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total	IGV	Total Precio
Operaciones			55,569.52	10,002.51	65,572.03
Mezcladora para Emulsiones / Marca: Biaoxin - Chen Xianxiang / Modelo: BXZRH 30 L	1	28220	28220	5080	33300
Potenciómetro Digital	1	8475	8475	1525	10000
Viscosímetro / Reómetro	1	11864	11864	2136	14000
Balanza analítica	1	3347	3347	603	3950
Aire acondicionado	3	1221	3663	659	4322
Administración			13051	2349	15400
Computadora (core i5)	1	1949	1949	351	2300
Laptop (Lenovo)	1	1356	1356	244	1600
Impresoras Multifuncional	2	1186	2373	427	2800
Proyector	1	1441	1441	259	1700
Mueble de exhibición de vidrio	1	3390	3390	610	4000
Impresora	1	1271	1271	229	1500
Set de Cámaras de seguridad	1	1271	1271	229	1500
Ventas			3729	671	4400
Laptop (Lenovo)	1	1356	1356	244	1600
Impresoras Multifuncional	2	1186	2373	427	2800
Total activo fijo depreciable			72349	13023	85372

Nota Elaboración Propia.

7.1.2 Inversión en Activo Intangible.

Tabla 204

Inversión en activos intangibles (importe en soles).

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin IGV	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa		S/ 1,080.94	S/ 1,080.94	S/ 190.07	S/ 1,271.00
Búsqueda por nombre - SUNARP	1	S/ 5.00	S/ 5.00	S/ 0.00	S/ 5.00
Reserva de nombre - SUNARP	1	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 0.00	S/ 20.00
Minuta de constitución y escritura pública	1	S/ 971.19	S/ 971.19	S/ 174.81	S/ 1,146.00
Obtención del RUC y clave SOL	1	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Legalización de libros de acta y matrícula de acciones	1	S/ 84.75	S/ 84.75	S/ 15.25	S/ 100.00
Marcas y patentes		S/ 767.49	S/ 767.49	S/ 138.15	S/ 905.64
Búsqueda fonética - INDECOPI	1	S/ 69.90	S/ 69.90	S/ 12.58	S/ 82.48
Búsqueda figurativa - INDECOPI	1	S/ 90.60	S/ 90.60	S/ 16.31	S/ 106.91
Registro de marca	1	S/ 534.99	S/ 534.99	S/ 96.30	S/ 631.29
Publicación de marca en el diario El Peruano	1	S/ 72.00	S/ 72.00	S/ 12.96	S/ 84.96
Licencias y autorizaciones		S/ 1,224.35	S/ 1,224.35	S/ 55.44	S/ 1,279.79
Solicitud de licencia de funcionamiento	1	S/ 215.85	S/ 215.85	S/ 0.00	S/ 215.85
Solicitud de certificado de INDECI	1	S/ 310.50	S/ 310.50	S/ 0.00	S/ 310.50
Costo de inspección de Defensa Civil - 670m2	1	S/ 308.00	S/ 308.00	S/ 55.44	S/ 363.44
Inscripción en el registro sanitario - DIGEMID	1	S/ 390.00	S/ 390.00	S/ 0.00	S/ 390.00
TOTAL	0	S/. 3,072.78	S/. 3,072.78	S/. 383.66	S/. 3,456.44

Nota Elaboración propia.

7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Tabla 205

Gastos pre operativos (importe en soles).

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activos fijos no depreciables			18,936.44	3,408.56	22,345.00
Operaciones y producción			6,788.14	1,221.86	8,010.00
Cocinilla eléctrica	1	211.86	212	38	250
Termómetros digitales	2	25.42	51	9	60
Balanza por 30 kg	1	406.78	407	73	480
Extractora	3	296.61	890	160	1050
Teléfono IP	1	144.07	144	26	170
Móvil Celular	2	211.86	424	76	500
Estante de acero (producción)	3	635.59	1907	343	2250
Sillas de patas altas (producción)	3	169.49	508	92	600
Mesa de acero	3	296.61	890	160	1050
Escritorio de oficina	2	593.22	1186	214	1400
Sillas	2	84.75	169	31	200
Administración			6301	1134	7435
Teléfono IP	2	144	288	52	340
Móvil Celular	2	212	424	76	500
Escritorio de oficina	3	593	1780	320	2100
Estante de melanina	1	297	297	53	350
Cojines para sentarse	3	55	165	30	195
Dispensador de Agua	3	593	1780	320	2100
Escalera	2	127	254	46	300
Sillas con brazos	3	212	636	114	750
Ecran	1	169	169	31	200
Sillas	6	85	508	92	600
Ventas			5847	1053	6900
Impresora Matricial	1	407	407	73	480
Teléfono IP	1	144	144	26	170
Móvil Celular	1	212	212	38	250
Escritorio de oficina	2	593	1186	214	1400
Mueble de exhibición de vidrio	1	3390	3390	610	4000
Sillas	6	85	508	92	600
Utensilios, Enseres			3,234.89	582.28	3,817.17
Útiles de producción			2,232.90	401.92	2,634.82
Herramientas			423.73	76.27	500.00
Útiles de limpieza			554.59	99.83	654.42
Utensilios y útiles			1,254.58	225.82	1,480.40
Útiles de Administración			1,001.99	180.36	1,182.35
Útiles de oficina área administrativa			1,001.99	180.36	1,182.35
Acondicionamiento de Local			40,622.70	7,312.09	47,934.79
Marketing de Lanzamiento(etapa pre operativa)			27,414.89	4,726.18	32,141.07
Página WEB			1,600.00	288.00	1,888.00
Redes sociales			3,480.00	626.40	4,106.40
Material			2,330.00	419.40	2,749.40
Actividades			17,000.00	3,060.00	20,060.00
Sampling pre operativo			3004.9	332.4	3337.3
Remuneraciones diciembre			8,586.50	0.00	8,586.50
Pago Total planilla administrativa			7486	0	7485.7
Pago planilla MOD			1101	0	1100.8
Servicios básicos y diversos Nov-diciembre			8,947.80	638.60	9,586.40
energía eléctrica(luz)			1,646.26	296.33	1,942.59
agua			848.14	152.67	1,000.81
Teléfono+ internet			152.54	27.46	180.00
Análisis microbiológico			600.00	108.00	708.00
Contabilidad			500.00	0.00	500.00
Limpieza			1,000.00	0	1,000.00
Seguridad			2,400.00	0.00	2,400.00
Seguro antirrobo			300.847	54.153	355.000
Asistente de marketing			1,500.00	0.00	1,500.00
Compras de materia prima pre operativa			4,932.63	887.87	5,820.50
adelanto de alquiler	1.00	2,762.71	2,762.71	0.00	2,762.71
SUBTOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			115,438.55	17,555.59	132,994.14
Garantía(1 meses)	1.00	2,762.71	2,762.71	0.00	2,762.71
TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS			118,201.27	17,555.59	135,756.85

Nota Elaboración propia.

7.1.4 Inversión en Inventarios Iniciales.

Recordemos que los Inventarios es el costo de la materia prima de las compras del sampling de noviembre, diciembre 2019.

Tabla 206

Inversión en inventarios iniciales.

	costo unitario	Costo total	Igv	Monto total
Óxido de Zinc	1.27	364.8	65.7	430.5
Dióxido de Titanio	0.33	94.9	17.1	111.9
Aceite de Caléndula	0.89	255.4	46.0	301.4
Aceite de semillas de frambuesa	1.02	291.9	52.5	344.4
Goma Xanthan	0.03	8.8	1.6	10.3
Aceite de Lavanda	0.13	36.5	6.6	43.1
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Cetareth 20 / Steareth 20)	0.27	76.6	13.8	90.4
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	0.33	94.9	17.1	111.9
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	0.14	40.1	7.2	47.4
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	0.26	74.8	13.5	88.3
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	0.08	21.9	3.9	25.8
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	0.20	57.6	10.4	68.0
Glicerina	0.13	36.5	6.6	43.1
Agua purificada	0.03	9.0	1.6	10.6
Tubo + tapa polietileno	1.71	491.3	88.4	579.7
Caja por pack	1.03	294.8	53.1	347.8
Caja de embalaje	1.54	442.2	79.6	521.8
Materia prima		2692	485	3176
MOD	0.70	200	0	200
CIF		2036	61	2097
Pago planilla MOI	5.92	1699.67	0.00	1699.67
energía eléctrica(luz)	0.73	209.33	37.68	247.00
agua	0.38	107.84	19.41	127.25
Teléfono+ internet	0.07	19.40	3.49	22.89
Total costo inventario inicial		4928	545	5473

Nota Elaboración propia.

7.1.5 Inversión en capital de trabajo (Método de Déficit Acumulado de caja).

Tabla 207

Inversión en capital de trabajo mes 1 – mes 12.

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
Saldo Inicial de Caja												
Ventas Tiendas Bioferias	23,771	27,140	30,572	18,178	21,547	14,809	21,610	18,242	14,809	45,953	49,322	52,691
Ventas100% al contado	23,771	27,140	30,572	18,178	21,547	14,809	21,610	18,242	14,809	45,953	49,322	52,691
Ventas netas Tiendas bioferias	23,771	27,140	30,572	18,178	21,547	14,809	21,610	18,242	14,809	45,953	49,322	52,691
IGV Ventas	4,279	4,885	5,503	3,272	3,878	2,666	3,890	3,283	2,666	8,272	8,878	9,484
Total Ingresos cobranza al contado	28,050	32,025	36,075	21,450	25,425	17,475	25,500	21,525	17,475	54,225	58,200	62,175
Tiendas orgánicas	21,550	24,650	27,700	16,450	19,550	13,400	19,550	16,500	13,450	41,650	44,750	47,800
Ventas100% al crédito	21,550	24,650	27,700	16,450	19,550	13,400	19,550	16,500	13,450	41,650	44,750	47,800
Ventas netas Tiendas netas orgánicas	21,550	24,650	27,700	16,450	19,550	13,400	19,550	16,500	13,450	41,650	44,750	47,800
IGV Ventas	3,879	4,437	4,986	2,961	3,519	2,412	3,519	2,970	2,421	7,497	8,055	8,604
Total Ingresos cobranza a 30 días	25,429	29,087	32,686	19,411	23,069	15,812	23,069	19,470	15,871	49,147	52,805	56,404
Farmacias	21,300	24,350	27,400	16,300	19,350	13,250	19,350	16,300	13,250	41,150	44,200	47,250
Ventas100% al crédito	21,300	24,350	27,400	16,300	19,350	13,250	19,350	16,300	13,250	41,150	44,200	47,250
Ventas netas farmacias	21,300	24,350	27,400	16,300	19,350	13,250	19,350	16,300	13,250	41,150	44,200	47,250
IGV Ventas	3,834	4,383	4,932	2,934	3,483	2,385	3,483	2,934	2,385	7,407	7,956	8,505
Total Ingresos cobranza a 45 días	25,134	28,733	32,332	19,234	22,833	15,635	22,833	19,234	15,635	48,557	52,156	55,755
Total cobranza	78,613	89,845	101,093	60,095	71,327	48,922	71,402	60,229	48,981	151,929	163,161	174,334
Total Egresos en Efectivo	89,624	56,073	84,941	55,253	80,160	55,317	89,745	58,135	100,651	54,020	141,662	85,031
Valor de Insumos totales (No incluye IGV)	16,237	0	13,523	0	10,281	0	11,954	0	19,003	0	29,286	0
Óxido de Zinc	3941	0	3,263	0	2,500	0	2,839	0	4,661	0	7,161	0
Dióxido de Titanio	1047	0	881	0	661	0	771	0	1,212	0	1,873	0
Aceite de Caléndula	2847	0	2,373	0	1,898	0	2,136	0	3,322	0	5,220	0
Aceite de semillas de frambuesa	3220	0	2,712	0	2,034	0	2,373	0	3,729	0	5,763	0
Goma Xanthan	136	0	136	0	68	0	68	0	136	0	203	0
Aceite de Lavanda	424	0	339	0	254	0	339	0	508	0	763	0
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Ceteareth 20 / Steareth 20)	831	0	712	0	534	0	593	0	1,008	0	1,542	0
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	1047	0	881	0	661	0	771	0	1,212	0	1,873	0
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	466	0	373	0	280	0	373	0	559	0	839	0
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	869	0	695	0	521	0	695	0	1,042	0	1,564	0
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	237	0	203	0	153	0	169	0	288	0	441	0
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	669	0	536	0	402	0	469	0	736	0	1,138	0
Glicerina	407	0	339	0	254	0	288	0	475	0	729	0
Agua purificada	97	0	81	0	61	0	70	0	114	0	178	0
IGV Insumos	2,923	-	2,434	-	1,851	-	2,152	-	3,421	-	5,272	-
Materiales	13,136	0	11,017	0	8,475	0	9,322	0	15,678	0	24,153	0
Tubo + tapa polietileno	5,254	0	4,407	0	3,390	0	3,729	0	6,271	0	9,661	0
Caja por pack	3,153	0	2,644	0	2,034	0	2,237	0	3,763	0	5,797	0
Caja de embalaje	4,729	0	3,966	0	3,051	0	3,356	0	5,644	0	8,695	0
IGV materiales	2,364	0	1,983	0	1,525	0	1,678	0	2,822	0	4,347	0
Sueldos	21,563	21,611	21,658	21,485	25,888	21,437	32,051	21,485	21,438	21,874	27,013	32,487
Sueldo bruto área administrativa	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800	6,800
Sueldo bruto área ventas	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Sueldo bruto área MOD	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Sueldo bruto área MOI	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500	8,500

Nota Elaboración Propia Monto en Soles.

Tabla 208

Inversión en capital de trabajo mes 1 – mes 12 (Continuación)

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
Gratificación	0	0	0	0	0	0	9,650	0	0	0	0	9,650
Pago de CTS	0	0	0	0	4,356	0	0	0	0	0	5,092	0
Essalud	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737
Bono ley(9% de las gratificaciones)	0	0	0	0	0	0	869	0	0	0	0	869
SCTR(1%)	193	193	193	193	193	193	193	193	193	193	193	193
Comisión ventas 0.5%	333	381	428	255	302	207	303	255	208	644	691	739
Servicios y suministros sin IGV	5,856	5,942	6,195	5,942	5,856	6,580	5,856	5,942	6,195	5,942	5,875	10,908
Teléfono e Internet	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
IGV Teléfono e internet	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
Mantenimiento de equipos de producción y oficina	0	0	0	0	0	300	0	0	0	0	0	1,800
IGV mantenimiento	0	0	0	0	0	54	0	0	0	0	0	324
Recarga de extintores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	254.2
IGV recarga de extintores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	45.8
Alquiler local	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797	2,797
Luz	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646	1,646
IGV energía	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296	296
Agua	848	848	848	848	848	848	848	848	848	848	848	848
IGV agua	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Reposición de herramientas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	322
IGV herramientas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57.97
Reposición de utensilios y útiles de limpieza	111.86	197.12	450.34	197.12	111.86	535.59	111.86	197.12	450.34	197.12	130.86	1,602.54
IGV de reposición de utensilios y útiles de limpieza	20.14	35.48	81.06	35.48	20.14	96.41	20.14	35.48	81.06	35.48	23.56	288.46
Reposición de útiles de oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,184.4
IGV de reposición de útiles de oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	213.19
Seguro antirrobo	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8	300.8
IGV seguro antirrobo	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15	54.15
IGV servicios y suministros	551	566	612	566	551	681	551	566	612	566	554	1,460
Servicios tercerizados sin IGV	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500
Análisis microbiológico	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Distribuidor	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Contabilidad	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Limpieza	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Seguridad	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Asistente de marketing	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
IGV servicios tercerizados	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350
Gastos de Promoción y Publicidad sin IGV	11,155	11,155	11,155	9,955	9,955	9,955	9,955	9,955	9,955	9,955	11,455	11,155
IGV publicidad	2,008	2,008	2,008	1,792	1,792	1,792	1,792	1,792	1,792	1,792	2,062	2,008
Activ. de Responsabilidad Social												
Gasto responsabilidad social sin IGV	300	550	100	1,000	0	670	0	800	350	0	0	720
IGV de evento responsabilidad social	54	99	18	180	0	121	0	144	63	0	0	130
Impuestos												
Pago a Cuenta Imp. Renta (1.0% de las ventas del mes pasado)		666	761	857	509	604	415	605	510	415	1,288	1,383
Pagos de IGV al Estado							543	3,370	5,335		16,880	11,304
Cuotas del Préstamo activo fijo	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627	2,627
Cuotas del préstamo capital de trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos menos Egresos del mes	(11,011)	33,772	16,152	4,842	(8,833)	(6,395)	(18,343)	2,094	(51,670)	97,909	21,499	89,303
Saldo Acumulado	(11,011)	22,761	38,913	43,755	34,923	28,527	10,184	12,278	(39,391)	58,517	80,017	169,320
Máximo Déficit Mensual Acumulado	(39,391)	(Máximo ingreso que se necesita en enero)										
Caja Mínima Requerida 1 día del egreso más alto	(5,000)											
Inversión en Capital de Trabajo	(44,391)											

Nota Elaboración Propia

7.1.6 Liquidación del IGV.

Tabla 209

Liquidación del IGV (importe en soles).

	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20
IGV ventas		11,992	13,705	15,421	9,167	10,880	7,463	10,892	9,187	7,472	23,176	24,889	26,593
IGV egresos	31,507	9,250	4,023	8,405	3,888	7,069	3,944	7,522	3,852	10,059	3,708	13,585	4,947
IGV compras m prima		2,923	0	2,434	0	1,851	0	2,152	0	3,421	0	5,272	0
IGV materiales		2,364	0	1,983	0	1,525	0	1,678	0	2,822	0	4,347	0
IGV servicios y suministros		551	566	612	566	551	681	551	566	612	566	554	1,460
IGV servicios tercerizados		1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350
IGV publicidad		2,008	2,008	2,008	1,792	1,792	1,792	1,792	1,792	1,792	1,792	2,062	2,008
IGV responsabilidad social		54	99	18	180	0	121	0	144	63	0	0	130
IGV inversiones	31507												
IGV neto	(31,507)	2,742	9,682	7,016	5,279	3,812	3,519	3,370	5,335	(2,588)	19,468	11,304	21,646
Crédito fiscal	(31,507)	(31,507)	(28,765)	(19,083)	(12,067)	(6,788)	(2,976)				(2,588)		
neto a pagar		(28,765)	(19,083)	(12,067)	(6,788)	(2,976)	543	3,370	5,335	(2,588)	16,880	11,304	21,646

Nota Elaboración Propia.

7.1.7 Resumen de estructura de inversiones.

Tabla 210

Resumen de Inversiones.

	Valor	IGV	Monto total	%
Activo fijo depreciable	72,349.18	13,022.85	85,372.03	31%
Activo Intangible	3,072.78	383.66	3,456.44	1%
Gastos pre-operativos	118,201.27	17,555.59	135,756.85	49%
Inventarios	4,928.02	545.11	5,473.12	2%
Capital de trabajo	44,391.42	0.00	44,391.42	16%
Total	242,942.66	31,507.21	274,449.87	100%

Nota Elaboración Propia.

7.2 Financiamiento

7.2.1 Estructura de financiamiento.

Tabla 211

Estructura de Financiamiento (importe en soles).

	Monto de inversión	Deuda	Patrimonio
Activo fijo depreciable	85,372	68,298	17,074
Activo Intangible	3,456		3,456
Gastos pre-operativos	135,757		135,757
Inventarios	5,473		5,473
Capital de trabajo	44,391		44,391
	274,450	68,298	206,152
		25%	75%

Nota Elaboración Propia.

Tabla 212

Financiamiento (importe en soles).

Tipo de fuente	Monto	%
Deuda	68,298	25%
Capital Propio	206,152	75%
Total	274,450	100%

Nota Elaboración Propia.

Tabla 213

Aporte de los socios (importe en soles).

Aporte de cada socio	Monto
Socio 1	41,230
Socio 2	41,230
Socio 3	41,230
Socio 4	41,230
Socio 5	41,230
TOTAL	206,152

Nota Elaboración Propia.

7.2.2 Cronograma del Financiamiento del activo fijo.

Tabla 214

Financiamiento del activo fijo.

Préstamo activo fijo	68298
TCEA(Mi banco)	25.00%
TCEM	1.88%
Plazo	3.00 años
Plazo	36.00 meses
Cuota Mensual	2627

Nota Elaboración Propia.

Tabla 215

Cronograma de pagos del activo fijo.

Cronograma de Pagos

Mes	Saldo Inicial	Interés	Capital	Cuota	Saldo Final
1	68298	1282	1345	2627	66953
2	66953	1257	1370	2627	65582
3	65582	1231	1396	2627	64187
4	64187	1205	1422	2627	62764
5	62764	1178	1449	2627	61316
6	61316	1151	1476	2627	59840
7	59840	1123	1504	2627	58336
8	58336	1095	1532	2627	56804
9	56804	1066	1561	2627	55243
10	55243	1037	1590	2627	53653
11	53653	1007	1620	2627	52034
12	52034	977	1650	2627	50383
13	50383	946	1681	2627	48702
14	48702	914	1713	2627	46990
15	46990	882	1745	2627	45245
16	45245	849	1778	2627	43467
17	43467	816	1811	2627	41656
18	41656	782	1845	2627	39811
19	39811	747	1880	2627	37931
20	37931	712	1915	2627	36017
21	36017	676	1951	2627	34066
22	34066	639	1987	2627	32078
23	32078	602	2025	2627	30053
24	30053	564	2063	2627	27991
25	27991	525	2101	2627	25889
26	25889	486	2141	2627	23748
27	23748	446	2181	2627	21567
28	21567	405	2222	2627	19345
29	19345	363	2264	2627	17081
30	17081	321	2306	2627	14775
31	14775	277	2350	2627	12426
32	12426	233	2394	2627	10032
33	10032	188	2439	2627	7594
34	7594	143	2484	2627	5109
35	5109	96	2531	2627	2578
36	2578	48	2578	2627	0
Total		26268.47	68297.77	94566.24	

Nota Mi Banco.

Tabla 216

Financiamiento de la deuda del activo fijo.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Préstamo	68297.63					
Amortización		-17914.17	-22392.72	-27990.88		
Interés		-13607.91	-9129.36	-3531.20		
Total	68297.63	-31522.08	-31522.08	-31522.08	0.00	0.00

Nota Elaboración Propia.

7.3 Ingresos anuales

7.3.1 Ingresos por ventas.

Tabla 217

Ingreso por ventas en bioferias (importe en soles).

Bioferias	2020												2020	2021	2022	2023	2024
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic					
Ventas Tiendas Bioferias	23771	27140	30572	18178	21547	14809	21610	18242	14809	45953	49322	52691	338644	367564	397500	427818	458326
Total valor venta	23771	27140	30572	18178	21547	14809	21610	18242	14809	45953	49322	52691	338644	367564	397500	427818	458326
IGV	4279	4885	5503	3272	3878	2666	3890	3283	2666	8272	8878	9484	60956	66161	71550	77007	82499
Facturación al contado	28050	32025	36075	21450	25425	17475	25500	21525	17475	54225	58200	62175	399600	433725	469050	504825	540825
Cobranza al contado	28050	32025	36075	21450	25425	17475	25500	21525	17475	54225	58200	62175					

Nota Elaboración Propia.

Tabla 218

Ingreso por ventas en tiendas orgánicas (importe en soles).

Tiendas orgánicas	2020												2020	2021	2022	2023	2024
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic					
Ventas Tiendas orgánicas	21550	24650	27700	16450	19550	13400	19550	16500	13450	41650	44750	47800	307000	333350	360400	387750	415400
Total valor venta	21550	24650	27700	16450	19550	13400	19550	16500	13450	41650	44750	47800	307000	333350	360400	387750	415400
IGV	3879	4437	4986	2961	3519	2412	3519	2970	2421	7497	8055	8604	55260	60003	64872	69795	74772
Facturación	25429	29087	32686	19411	23069	15812	23069	19470	15871	49147	52805	56404	362260	393353	425272	457545	490172
Cobranza al a 30 días		25429	29087	32686	19411	23069	15812	23069	19470	15871	49147	52805					

Nota Elaboración Propia.

Tabla 219

Ingreso por ventas en farmacias (importe en soles).

Farmacias	2020												2020	2021	2022	2023	2024
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic					
Ventas tiendas farmacias	21300	24350	27400	16300	19350	13250	19350	16300	13250	41150	44200	47250	303450	329450	356200	383350	410550
Total valor venta	21300	24350	27400	16300	19350	13250	19350	16300	13250	41150	44200	47250	303450	329450	356200	383350	410550
IGV	3834	4383	4932	2934	3483	2385	3483	2934	2385	7407	7956	8505	54621	59301	64116	69003	73899
Facturación	25134	28733	32332	19234	22833	15635	22833	19234	15635	48557	52156	55755	358071	388751	420316	452353	484449
Cobranza al 45 días		25134	28733	32332	19234	22833	15635	22833	19234	15635	48557	52156					

Nota Elaboración Propia.

Tabla 220

Total Ingreso por ventas (importe en soles)

Total Ingresos	2020	2021	2022	2023	2024
Valor venta Bloq. Caléndula	949,094	1,030,364	1,114,100	1,198,918	1,284,276
Total Valor venta	949,094	1,030,364	1,114,100	1,198,918	1,284,276
IGV	170,837	185,465	200,538	215,805	231,170
Ingresos	1,119,931	1,215,829	1,314,638	1,414,723	1,515,446

Nota Elaboración Propia.

7.3.2 Recuperación de capital de trabajo.

Tabla 221

Recuperación de capital de trabajo (importe en soles)

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos		949094	1030364	1114100	1198918	1284276
Variación de ventas			8.56%	8.13%	7.61%	7.12%
Capital de trabajo necesario		44391	48193	52109	56076	60069
Inversión capital de trabajo	-44,391	-3801	-3917	-3967	-3992	
Recuperación de capital de trabajo						60069

Nota Elaboración Propia

7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 222

Valor de Desecho Neto del Activo Fijo (importe en soles).

Descripción	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Total Precio	Vida útil (años)	Depreciación (3años)	V. Libros (5º año)	V. Merc. (%)	V. Mercado (Soles)	útilidad/Pérdida)	Ir 29.5%	Valor de Desecho
Operaciones			55,569.52	10,002.51	65,572.03		55,569.52	0.00		22,227.81	22,227.81	6,557.20	15,670.60
Mezcladora para Emulsiones / Marca: Biaoxin - Chen Xianxiang / Modelo: BXZRH 30 L	1.00	28,220.34	28,220.34	5,079.66	33,300.00	3.00	28,220.34	0.00	0.40	11,288.14	11,288.14	3,330.00	7,958.14
Potenciómetro Digital	1.00	8,474.58	8,474.58	1,525.42	10,000.00	3.00	8,474.58	0.00	0.40	3,389.83	3,389.83	1,000.00	2,389.83
Viscosímetro / Reómetro	1.00	11,864.41	11,864.41	2,135.59	14,000.00	3.00	11,864.41	0.00	0.40	4,745.76	4,745.76	1,400.00	3,345.76
Balanza analítica	1.00	3,347.46	3,347.46	602.54	3,950.00	3.00	3,347.46	0.00	0.40	1,338.98	1,338.98	395.00	943.98
Aire acondicionado	3.00	1,220.91	3,662.74	659.29	4,322.03	3.00	3,662.74	0.00	0.40	1,465.10	1,465.10	432.20	1,032.89
Administración			13,050.85	2,349.15	15,400.00		13,050.85	0.00		4,576.27	4,576.27	1,350.00	3,226.27
Computadora (core i5)	1.00	1,949.15	1,949.15	350.85	2,300.00	3.00	1,949.15	0.00	0.40	779.66	779.66	230.00	549.66
Laptop (Lenovo)	1.00	1,355.93	1,355.93	244.07	1,600.00	3.00	1,355.93	0.00	0.30	406.78	406.78	120.00	286.78
Impresoras Multifuncional	2.00	1,186.44	2,372.88	427.12	2,800.00	3.00	2,372.88	0.00	0.30	711.86	711.86	210.00	501.86
Proyector	1.00	1,440.68	1,440.68	259.32	1,700.00	3.00	1,440.68	0.00	0.30	432.20	432.20	127.50	304.70
Mueble de exhibición de vidrio	1.00	3,389.83	3,389.83	610.17	4,000.00	3.00	3,389.83	0.00	0.40	1,355.93	1,355.93	400.00	955.93
Impresora	1.00	1,271.19	1,271.19	228.81	1,500.00	3.00	1,271.19	0.00	0.30	381.36	381.36	112.50	268.86
Set de Camaras de seguridad	1.00	1,271.19	1,271.19	228.81	1,500.00	3.00	1,271.19	0.00	0.40	508.47	508.47	150.00	358.47
Ventas			3,728.81	671.19	4,400.00		3,728.81	0.00		1,118.64	1,118.64	330.00	788.64
Laptop (Lenovo)	1.00	1355.93	1355.93	244.07	1600.00	3.00	1,355.93	0.00	30.0%	406.78	406.78	120.00	286.78
Impresoras Multifuncional	2.00	1186.44	2372.88	427.12	2800.00	3.00	2,372.88	0.00	30.0%	711.86	711.86	210.00	501.86
Total Activo fijo			72349	13023	85372		72349	0		27922.72	27922.72	8237.20	19685.52
										IGV (Valor mercado)			5026.09
										Valor de desecho con IGV			24711.61

Nota Elaboración Propia.

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

en donde:

VM = Valor de Mercado (estimado)

VL = Valor en Libros

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

7.4 Costos y gastos anuales

7.4.1 Egresos desembolsables.

7.4.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 223

Presupuesto de materia prima e insumos (importe en soles).

Insumos	Costo por unidad de pedido	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Óxido de Zinc	42	3,941	0	3,263	0	2,500	0	2,839	0	4,661	0	7,161	0	24,364	25,042	27,373	29,407	31,314
Dióxido de Titanio	55	1,047	0	881	0	661	0	771	0	1,212	0	1,873	0	6,445	6,500	7,106	7,657	8,153
Aceite de Caléndula	237	2,847	0	2,373	0	1,898	0	2,136	0	3,322	0	5,220	0	17,797	17,559	19,220	20,644	21,831
Aceite de semillas de frambuesa	169	3,220	0	2,712	0	2,034	0	2,373	0	3,729	0	5,763	0	19,831	20,000	21,864	23,559	25,085
Goma Xanthan	68	136	0	136	0	68	0	68	0	136	0	203	0	746	610	678	678	746
Aceite de Lavanda	85	424	0	339	0	254	0	339	0	508	0	763	0	2,627	2,542	2,712	2,966	3,136
Emulium Delta (Alcohol Cetílico / Gliceril Estearato / PEG-75 Estearato / Cetareth 20 / Steareth 20)	59	831	0	712	0	534	0	593	0	1,008	0	1,542	0	5,220	5,280	5,754	6,169	6,585
Emulium 22 (Tribehenin PEG-20)	55	1,047	0	881	0	661	0	771	0	1,212	0	1,873	0	6,445	6,500	7,106	7,657	8,153
Amphisol K (Potasio Cetil Fosfato)	93	466	0	373	0	280	0	373	0	559	0	839	0	2,890	2,797	2,983	3,263	3,449
Geogard 221 (Benzil alcohol /Acido Dehidroacético)	174	869	0	695	0	521	0	695	0	1,042	0	1,564	0	5,386	5,212	5,559	6,081	6,428
Ercarel MMW (Miristil Miristato)	17	237	0	203	0	153	0	169	0	288	0	441	0	1,492	1,508	1,644	1,763	1,881
Cutina GMS-V (Gliceril Estearato)	67	669	0	536	0	402	0	469	0	736	0	1,138	0	3,950	3,950	4,352	4,619	4,954
Glicerina	17	407	0	339	0	254	0	288	0	475	0	729	0	2,492	2,508	2,746	2,932	3,136
Agua purificada	2	97	0	81	0	61	0	70	0	114	0	178	0	602	617	674	722	771
Total sin IGV		16,237	0	13,523	0	10,281	0	11,954	0	19,003	0	29,286	0	100,285	100,626	109,771	118,117	125,619
IGV		2,923	0	2,434	0	1,851	0	2,152	0	3,421	0	5,272	0	18,051	18,113	19,759	21,261	22,612
Total con IGV		19,160	0	15,957	0	12,132	0	14,106	0	22,424	0	34,558	0	118,336	118,739	129,530	139,379	148,231

Nota Elaboración Propia.

Tabla 224

Presupuesto de materiales (importe en soles).

Materiales	Costo por unidad de pedido	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Tubo + tapa polietileno	169	5,254	0	4,407	0	3,390	0	3,729	0	6,271	0	9,661	0	32,712	33,729	36,949	39,661	42,203
Caja por pack	102	3,153	0	2,644	0	2,034	0	2,237	0	3,763	0	5,797	0	19,627	20,237	22,169	23,797	25,322
Caja de embalaje	153	4,729	0	3,966	0	3,051	0	3,356	0	5,644	0	8,695	0	29,441	30,356	33,254	35,695	37,983
Total sin IGV		13,136	0	11,017	0	8,475	0	9,322	0	15,678	0	24,153	0	81,780	84,322	92,373	99,153	105,508
IGV		2,364	0	1,983	0	1,525	0	1,678	0	2,822	0	4,347	0	14,720	15,178	16,627	17,847	18,992
Total con IGV		15,500	0	13,000	0	10,000	0	11,000	0	18,500	0	28,500	0	96,500	99,500	109,000	117,000	124,500

Nota Elaboración Propia.

Tabla 225

Resumen de materia prima (importe en soles).

Total resumen materia prima	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Insumos	16,237	0	13,523	0	10,281	0	11,954	0	19,003	0	29,286	0	100,285	100,626	109,771	118,117	125,619
Materiales	13,136	0	11,017	0	8,475	0	9,322	0	15,678	0	24,153	0	81,780	84,322	92,373	99,153	105,508
Total valor de venta	29,373	0	24,540	0	18,756	0	21,276	0	34,681	0	53,439	0	182,064	184,948	202,144	217,270	231,128
IGV	5,287	0	4,417	0	3,376	0	3,830	0	6,243	0	9,619	0	32,772	33,291	36,386	39,109	41,603
Precio	34,660	0	28,957	0	22,132	0	25,106	0	40,924	0	63,058	0	214,836	218,239	238,530	256,379	272,731

Nota Elaboración Propia.

7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 226

Mano de Obra Directa.

Área	Puestos	Cantidad de trabajadores					Remuneración Mensual				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	2020	2020	2020	2020	2020
Producción	Técnico operario	1	1	1	2	3	1,000	1000	1100	1100	1100

Nota Elaboración propia.

Tabla 227

Mano de Obra (importe en soles).

Cuadro de provisiones	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Técnico operario	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000.00	13,200.00	26,400.00	39,600.00
Total Sueldo Bruto	1,000.00	12,000.00	12,000.00	13,200.00	26,400.00	39,600.00												
Gratificación(1/12)	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	83.33	1,000.00	1,000.00	1,100.00	2,200.00	3,300.00
Total Sueldo	1,083.33	13,000.00	13,000.00	14,300.00	28,600.00	42,900.00												
CTS(1/24)	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	45.14	541.67	541.67	595.83	1,191.67	1,787.50
Essalud (9%)	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	1,080.00	1,080.00	1,188.00	2,376.00	3,564.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	7.50	90.00	90.00	99.00	198.00	297.00
SCTR(1%)	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	120.00	120.00	132.00	264.00	396.00
Costo MOD	1,235.97	14,831.67	14,831.67	16,314.83	32,629.67	48,944.50												
	1,235.97	14,831.67	14,831.67	16,314.83	32,629.67	48,944.50												
Cuadro de pagos	Dic-19	Ene-20	Feb-20	Mar-20	Abr-20	May-20	Jun-20	Jul-20	Ago-20	Set-20	Oct-20	Nov-20	Dic-20	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo Bruto	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000.00	13,200.00	26,400.00	39,600.00
Gratificación	83.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	500.00	1,000.00	1,000.00	1,100.00	2,200.00	3,300.00
Pago de CTS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	225.69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	270.83	0.00	496.53	541.67	595.83	1,191.67	1,787.50
Essalud	0.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	1,080.00	1,080.00	1,188.00	2,376.00	3,564.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	7.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	45.00	0.00	0.00	0.00	0.00	45.00	90.00	90.00	99.00	198.00	297.00
SCTR(1%)	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	120.00	120.00	132.00	264.00	396.00
Pago planilla MOD	1,100.83	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,325.69	1,100.00	1,645.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,370.83	1,645.00	14,786.53	14,831.67	16,314.83	32,629.67	48,944.50

Nota Elaboración propia.

7.4.1.3 Presupuesto de costos indirectos.

Tabla 228

Presupuesto de Costos Indirectos (importe en soles).

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Jefe de operaciones					
Supervisor logístico					
Supervisor de producción (químico farmacéutico)					
Técnico analista de calidad					
Básicos	102000	102000	102000	102000	102000
Gratificación	8500	8500	8500	8500	8500
Sub Total	110,500	110,500	110,500	110,500	110,500
Pago de CTS	4220	4604	4604	4604	4604
Essalud	9180	9180	9180	9180	9180
Bono ley(9% de las gratificaciones)	765	765	765	765	765
SCTR (1%)	1020	1020	1020	1020	1020
Total gasto	125,685	126,069	126,069	126,069	126,069
Utensilios y herramientas	4,739.85	4,841.54	4,739.85	4,841.54	4,739.85
Vasos precipitados de 1000ml	59	59	59	59	59
Vasos precipitados de 500ml	51	51	51	51	51
Vasos precipitados de 250ml	85	85	85	85	85
Pipetas	127	127	127	127	127
Espátulas	0	68	0	68	0
Baguetes	0	34	0	34	0
Total herramientas	322.03	423.73	322.03	423.73	322.03
Limpia todo (1 galón)	247	247	247	247	247
Papelera baño	19	19	19	19	19
Detergente x 6 kg	661	661	661	661	661
Escoba	153	153	153	153	153
Recogedor	122	122	122	122	122
Trapeador	203	203	203	203	203
Limpia vidrio	264	264	264	264	264
Papel higiénico	1,079	1,079	1,079	1,079	1,079
Jabón líquido	153	153	153	153	153
Jabón líquido industrial	325	325	325	325	325
Mandiles blancos	169	169	169	169	169
Pantalón drill blanco	169	169	169	169	169
Mascarillas (Pack x 100 Und.)	76	76	76	76	76
Gorros (Pack x 100 Und)	64	64	64	64	64
Zapatos blancos	475	475	475	475	475
Lentes de Seguridad	54	54	54	54	54
Guantes (industrial)	59	59	59	59	59
Total Utensilios y útiles de limpieza	4,294	4,294	4,294	4,294	4,294
Útiles de oficina área producción	124	124	124	124	124
IGV (18%) Utensilios y herramientas	853.17	871.48	853.17	871.48	853.17
Servicios	76,198.78	77,382.90	78,602.97	79,838.79	81,082.49
Recarga de extintores	254	254	254	254	254
Teléfono e Internet 70%	1,281	1,281	1,281	1,281	1,281
energía eléctrica(luz) 70%	13,829	15,013	16,233	17,469	18,712
Agua 70%	7,124	7,124	7,124	7,124	7,124
Mantenimiento IME de producción	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100
Seguro antirrobo	3,610	3,610	3,610	3,610	3,610
Análisis microbiológico	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
Limpieza	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Seguridad	28,800	28,800	28,800	28,800	28,800
IGV. Servicios	13,715.78	13,928.92	14,148.53	14,370.98	14,594.85
Alquiler local 70%	23,491.53	23,491.53	23,491.53	23,491.53	23,491.53
Total Gasto sin IGV	230,115.64	231,785.14	232,903.51	234,241.03	235,383.03
Total Gasto incluido IGV	244,684.59	246,585.54	247,905.22	249,483.49	250,831.05
IGV - CIF	14,568.95	14,800.40	15,001.71	15,242.46	15,448.02

Nota Elaboración Propia.

7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración.

Tabla 229

Presupuestos de Gastos de Administración (importe en soles).

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Administrador					
Asistente administrativo					
Básicos	81,600	81,600	89,760	89,760	89,760
Gratificación	6,800	6,800	7,480	7,480	7,480
Sub Total	88,400	88,400	97,240	97,240	97,240
Pago de CTS	3,376	3,683	4,052	4,052	4,052
Essalud	7,344	7,344	8,078	8,078	8,078
Bono ley(9% de las gratificaciones)	612	612	673	673	673
SCTR 1% del sueldo	816	816	898	898	898
Total Gasto	100,548	100,855	110,941	110,941	110,941
Servicios	12,353	12,691	13,040	13,393	13,748
Teléfono e Internet 20%	366	366	366	366	366
Energía eléctrica(luz) 20%	3,951	4,289	4,638	4,991	5,346
Agua(20%)	2,036	2,036	2,036	2,036	2,036
Contador	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
IGV Servicios	1,143	1,204	1,267	1,331	1,395
Alquiler local 20%	6,712	6,712	6,712	6,712	6,712
Útiles de Oficina	1,002	1,002	1,002	1,002	1,002
Papel fotocopia de 75 gr. (500 hojas)	76	76	76	76	76
Archivadores (Docena)	48	48	48	48	48
Sobres manila Gallo (Ciento)	14	14	14	14	14
Cintas Adhesiva (16 unidades)	4	4	4	4	4
Sellos recibido (Unidad)	81	81	81	81	81
Sellos pagado (Unidad)	81	81	81	81	81
Clips (Ciento)	14	14	14	14	14
Tijeras (Unidad)	3	3	3	3	3
Plumones de pizarra	84	84	84	84	84
Faber Castell perforador oficina metal 40 hojas u-40	71	71	71	71	71
Vinifan engrap vinifan k1 t/alicata plateado	87	87	87	87	87
Rapid grapas 26/6 x 5000 rapid	11	11	11	11	11
Faber castell bolig fab 035 x 12 (6az/3rj/3ng)	70	70	70	70	70
Resaltadores (Docena)	169	169	169	169	169
Tajadores (Docena)	12	12	12	12	12
Correctores (Docena)	2	2	2	2	2
Borradores (3 unidades)	3	3	3	3	3
Calculadoras (Unidad)	49	49	49	49	49
Fastenes (50 faster)	14	14	14	14	14
File manila (Ciento)	5	5	5	5	5
Tarjetas (Millar)	102	102	102	102	102
IGV Útiles de Oficina	180	180	180	180	180
Actividades Respons. Social	4,490	5,980	6,730	7,120	8,640
IGV Activ. Respons. Social	808	1,076	1,211	1,282	1,555
Total Gasto sin IGV	125,105	127,240	138,424	139,167	141,043
Total Gasto con IGV	127,237	129,701	141,083	141,960	144,173
IGV Gastos administrativos	2,132	2,461	2,659	2,793	3,130

Nota Elaboración Propia.

7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 230
Gastos de Ventas.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Jefe comercial					
Básicos	36,000.00	36,000.00	39,600.00	39,600.00	39,600.00
Gratificación	3,000.00	3,000.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Sub Total	39,000.00	39,000.00	42,900.00	42,900.00	42,900.00
Pago de CTS	1,354.17	1,625.00	1,787.50	1,787.50	1,787.50
Essalud	3,240.00	3,240.00	3,564.00	3,564.00	3,564.00
Bono ley(9% de las gratificaciones)	270.00	270.00	297.00	297.00	297.00
SCTR 1% del sueldo	360.00	360.00	396.00	396.00	396.00
Comisión ventas 0,5%	4,745.47	5,151.82	5,570.50	5,994.59	6,421.38
Total Gasto	48,969.64	49,646.82	54,515.00	54,939.09	55,365.88
Servicios.	63,292.95	63,462.11	63,636.40	63,812.95	63,990.62
Teléfono e Internet 10%	183.05	183.05	183.05	183.05	183.05
Energía eléctrica(luz) 10%	1,975.52	2,144.68	2,318.97	2,495.52	2,673.19
Agua(10%)	1,017.77	1,017.77	1,017.77	1,017.77	1,017.77
útiles de oficina área ventas	58.31	58.31	58.31	58.31	58.31
Transporte	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00
Asistente de marketing	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Útiles de oficina are ventas	58.31	58.31	58.31	58.31	58.31
IGV Servicios.	8,152.73	8,183.18	8,214.55	8,246.33	8,278.31
Alquiler local 10%	3,355.93	3,355.93	3,355.93	3,355.93	3,355.93
Publicidad y Marketing	129,049.64	128,884.97	134,656.19	134,357.20	133,300.90
Presupuesto de promoción	125,760	125,760	131,760	131,760	131,760
Sampling	3,290	3,125	2,896	2,597	1,541
IGV Publicidad y Marketing	22,636.80	22,636.80	23,716.80	23,716.80	23,716.80
Total Gasto sin IGV	244,668.16	245,349.83	256,163.53	256,465.18	256,013.34
IGV gastos de ventas	30,789.53	30,819.98	31,931.35	31,963.13	31,995.11
Pago área de ventas sin sampling	272,168.05	273,044.84	285,198.69	285,831.10	286,467.55

Nota Elaboración Propia.

7.4.2 Egresos no desembolsables.

7.4.2.1 Depreciación.

Tabla 231
Depreciación.

Concepto	Cantidad	Valor de compra unitario	Valor de compra total	Tasa de depreciación según sunat	2020	2021	2022	2023	2024
Operaciones			55570		18523.17	18523.17	18523.17	0.00	0.00
Mezcladora para Emulsiones / Marca: Biaoxin - Chen Xianxiang / Modelo: BXZRH 30 L	1.00	28220.34	28220.34	33.33%	9406.78	9406.78	9406.78		
Potenciómetro Digital	1.00	8474.58	8474.58	33.33%	2824.86	2824.86	2824.86		
Viscosímetro / Reómetro	1.00	11864.41	11864.41	33.33%	3954.80	3954.80	3954.80		
Balanza analítica	1.00	3347.46	3347.46	33.33%	1115.82	1115.82	1115.82		
Aire acondicionado	3.00	1220.91	3662.74	33.33%	1220.91	1220.91	1220.91		
Administración			13050.85		4350.28	4350.28	4350.28	0.00	0.00
Computadora (core i5)	1.00	1949.15	1949.15	33.33%	649.72	649.72	649.72		
Laptop (Lenovo)	1.00	1355.93	1355.93	33.33%	451.98	451.98	451.98		
Impresoras Multifuncional	2.00	1186.44	2372.88	33.33%	790.96	790.96	790.96		
Proyector	1.00	1440.68	1440.68	33.33%	480.23	480.23	480.23		
Mueble de exhibición de vidrio	1.00	3389.83	3389.83	33.33%	1129.94	1129.94	1129.94		
Impresora	1.00	1271.19	1271.19	33.33%	423.73	423.73	423.73		
Set de Cámaras de seguridad	1.00	1271.19	1271.19	33.33%	423.73	423.73	423.73		
Ventas			3728.81		1242.94	1242.94	1242.94	0.00	0.00
Laptop (Lenovo)	1.00	1355.93	1355.93	33.33%	451.98	451.98	451.98		
Impresoras Multifuncional	2.00	1186.44	2372.88	33.33%	790.96	790.96	790.96		
			72349.18		24116	24116	24116	0	0

Nota Elaboración Propia.

7.4.2.2 Amortización.

Con respecto al tema de amortización de intangibles, se van a amortizar los intangibles a valor de venta y los gastos pre operativos amortizables (no se considera el activo fijo no depreciable ni la garantía de alquiler).

Tabla 232

Amortización de intangibles.

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.sin igv	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa		S/ 1,080.94	S/ 1,080.94	S/ 190.07	S/ 1,271.00
Búsqueda por nombre - SUNARP	1	S/ 5.00	S/ 5.00	S/ 0.00	S/ 5.00
Reserva de nombre - SUNARP	1	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 0.00	S/ 20.00
Minuta de constitución y escritura pública	1	S/ 971.19	S/ 971.19	S/ 174.81	S/ 1,146.00
Obtención del RUC y clave SOL	1	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Legalización de libros de acta y matricula de acciones	1	S/ 84.75	S/ 84.75	S/ 15.25	S/ 100.00
0	0	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Marcas y patentes		S/ 767.49	S/ 767.49	S/ 138.15	S/ 905.64
Búsqueda fonética - INDECOPI	1	S/ 69.90	S/ 69.90	S/ 12.58	S/ 82.48
Búsqueda figurativa - INDECOPI	1	S/ 90.60	S/ 90.60	S/ 16.31	S/ 106.91
Registro de marca	1	S/ 534.99	S/ 534.99	S/ 96.30	S/ 631.29
Publicación de marca en el diario El Peruano	1	S/ 72.00	S/ 72.00	S/ 12.96	S/ 84.96
Licencias y autorizaciones		S/ 1,224.35	S/ 1,224.35	S/ 55.44	S/ 1,279.79
Solicitud de licencia de funcionamiento	1	S/ 215.85	S/ 215.85	S/ 0.00	S/ 215.85
Solicitud de certificado de INDECI	1	S/ 310.50	S/ 310.50	S/ 0.00	S/ 310.50
Costo de inspección de Defensa Civil - 670m2	1	S/ 308.00	S/ 308.00	S/ 55.44	S/ 363.44
Inscripción en el registro sanitario - DIGEMID	1	S/ 390.00	S/ 390.00	S/ 0.00	S/ 390.00
TOTAL		S/ 3,072.78	S/ 3,072.78	S/ 383.66	S/ 3,456.44

Nota Elaboración Propia.

- La norma permite amortizar los intangibles tanto en el primer año hasta en 10 años, ninguno es incorrecto.
- Para evitar pérdidas el primer año procederemos a amortizar en 5 años.

Tabla 233

Amortización de gastos intangibles (importe e soles)

	2020	2021	2022	2023	2024
Amortización de Intangibles	614.56	614.56	614.56	614.56	614.56
Amortización administrativa 100%	614.56	614.56	614.56	614.56	614.56

Nota Elaboración Propia

Tabla 234

Amortización de gastos pre operativos (importe e soles)

Gastos pre operativos amortizables	Valor	IGV	Importe
Utensilios, Enseres	3,234.89	582.28	3,817.17
Acondicionamiento del local	40,622.70	7,312.09	47,934.79
Marketing de Lanzamiento	27,414.89	4,726.18	32,141.07
Remuneraciones pre operativas	8,586.50	0.00	8,586.50
Servicios diciembre	8,947.80	638.60	9,586.40
Compras de materia prima pre operativa	4,933	888	5,821
Alquiler Adelantado (diciembre)	2,762.71	0.00	2,762.71
Total gasto pre-operativo amortizables	96,502	14,147	110,649

Nota Elaboración Propia.

- La norma permite amortizar los intangibles tanto en el primer año hasta en 10 años, ninguno es incorrecto.
- Para evitar pérdidas el primer año procederemos a amortizar en 5 años.

Tabla 235

Resumen de Amortización de gastos pre operativos (importe en soles)

	2020	2021	2022	2023	2024
Amortización de Gasto pre-operativos	19300.42	19300.42	19300.42	19300.42	19300.42
Amortización operaciones 70%	13510.30	13510.30	13510.30	13510.30	13510.30
Amortización administrativa 20%	3860.08	3860.08	3860.08	3860.08	3860.08
Amortización ventas 10%	1930.04	1930.04	1930.04	1930.04	1930.04

Nota Elaboración Propia

7.4.2.3 Activo Fijo no Depreciable.

Tabla 236

Activo fijo no depreciable (importe en soles).

Concepto	Cant.	Costo Unitario	Valor Total	I.G.V.	Importe Total
Activos fijos no depreciables			18,936.44	3,408.56	22,345.00
Operaciones y producción			6,788.14	1,221.86	8,010.00
Cocinilla eléctrica	1	211.864	212	38	250
Termómetros digitales	2	25.424	51	9	60
Balanza por 30 kg	1	406.780	407	73	480
Extractora	3	296.610	890	160	1050
Teléfono IP	1	144.068	144	26	170
Móvil Celular	2	211.864	424	76	500
Estante de acero (producción)	3.00	635.593	1907	343	2250
Sillas de patas altas (producción)	3.00	169.492	508	92	600
Mesa de acero	3.00	296.610	890	160	1050
Escritorio de oficina	2.00	593.220	1186	214	1400
Sillas	2.00	84.746	169	31	200
Administración			6301	1134	7435
Teléfono IP	2	144	288	52	340
Móvil Celular	2	212	424	76	500
Escritorio de oficina	3.00	593	1780	320	2100
Estante de melanina	1.00	297	297	53	350
Cojines para sentarse	3.00	55	165	30	195
Dispensador de Agua	3.00	593	1780	320	2100
Escalera	2.00	127	254	46	300
Sillas con brazos	3.00	212	636	114	750
Ecran	1.00	169	169	31	200
Sillas	6.00	85	508	92	600
Ventas				1053	6900
Impresora Matricial	1.00	406.78	407	73	480
Teléfono IP	1.00	144.07	144	26	170
Móvil Celular	1.00	211.86	212	38	250
Escritorio de oficina	2.00	593.22	1186	214	1400
Mueble de exhibición de vidrio	1.00	3389.83	3390	610	4000
Sillas	6.00	84.75	508	92	600

Nota Elaboración Propia.

Los gastos por activos fijos no depreciables se devengan como gasto el primer año de operaciones.

Tabla 237

Gasto por activo fijo no depreciable.

	2020	2021	2022	2023	2024
Operaciones y producción	6788				
Administración	6301				
Ventas	5847				
Total gasto por activo fijo no depreciable	18936	0	0	0	0

Nota Elaboración Propia.

7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 238

Costo de producción unitario (importe en soles).

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades vendidas	17,537	19,039	20,586	22,153	23,730
Materia Prima	182,064.41	184,947.88	202,144.07	217,269.92	231,127.97
Mano de Obra Directa	14,786.53	14,831.67	16,314.83	32,629.67	48,944.50
Costos Indirectos	230,115.64	231,785.14	232,903.51	234,241.03	235,383.03
Costo de producción	426,966.57	431,564.68	451,362.41	484,140.61	515,455.50
Costo unitario de producción	24.35	22.67	21.93	21.85	21.72
Unidades vendidas	17,537.00	19,039.00	20,586.00	22,153.00	23,730.00
Gastos Administrativos	125,104.92	127,240.19	138,424.31	139,167.40	141,042.75
Gastos de Venta	244,668.16	245,349.83	256,163.53	256,465.18	256,013.34
Depreciación Activo Fijo	24,116.39	24,116.39	24,116.39	0.00	0.00
Amortización de Intangibles	614.56	614.56	614.56	614.56	614.56
Amortización Gasto Pre Operativo	19,300.42	19,300.42	19,300.42	19,300.42	19,300.42
Gasto por activo fijo no depreciable	18,936.44	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos operativos	432,741	416,621	438,619	415,548	416,971
Gasto operativo unitario	24.676	21.883	21.307	18.758	17.571
Costo total unitario	49.02	44.55	43.23	40.61	39.29

Nota Elaboración Propia.

Tabla 239

Precio de venta al canal.

Valor de venta al canal	S/ 50.00
IGV	S/ 9.00
Precio de venta al canal	S/ 59.00
Margen del canal aproximado 35%	S/ 20.65
Precio de venta al público	S/ 79.65

Nota Elaboración Propia.

7.4.4 Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 240

Costo variable unitario y costo fijo unitario

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Materia Prima	10.4	9.7	9.8	9.8	9.7
Luz	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13
Comisión ventas 0,5%	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27
Sampling	0.19	0.16	0.14	0.12	0.06
Costos Variables	11.97	11.28	11.36	11.32	11.20
Margen de contribución unitario	38.03	38.72	38.64	38.68	38.80
Margen en %	76.07%	77.45%	77.29%	77.36%	77.60%
Mano de Obra Directa	0.84	0.78	0.79	1.47	2.06
Costos Indirectos Fijo	12.33	11.39	10.53	9.79	9.13
Gastos Administrativos Fijo	6.91	6.46	6.50	6.06	5.72
Gastos de Venta Fijo	13.38	12.34	11.92	11.08	10.34
Depreciación Activo Fijo	1.38	1.27	1.17	0.00	0.00
Amortización de Intangibles	0.04	0.03	0.03	0.03	0.03
Amortización de Pre Operativos	1.10	1.01	0.94	0.87	0.81
(-) Activos fijos no depreciables	1.08	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos Fijos	37.06	33.27	31.88	29.29	28.09
Costo total unitario	49.02	44.55	43.23	40.61	39.29

Nota Elaboración Propia.

Capítulo VIII. Estados Financieros Proyectados

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

Tabla 241

Premisas del Estado de ganancias y pérdidas y del flujo de caja .

	2020	2021	2020	2021	2022
I.R.	29.5	29.5	29.5	29.5	29.5
I.G.V.	18	18	18	18	18

Nota Elaboración propia.

8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros

Tabla 242

Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros (importe en soles)

Rubro	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Ventas	949094	1030364	1114100	1198918	1284276	
(-) Costo de Ventas	426967	431565	451362	484141	515455	
(-) Materia Prima	182064	184948	202144	217270	231128	
(-) Mano de Obra	14787	14832	16315	32630	48945	
(-) Costos Indirectos	230116	231785	232904	234241	235383	
Utilidad Bruta	522127	598799	662738	714777	768821	
(-) Gastos Operativos	432741	416621	438619	415548	416971	
(-)Gastos Administrativos	125105	127240	138424	139167	141043	
(-)Gastos de Venta	244668	245350	256164	256465	256013	
(-)Depreciación Activo Fijo	24116	24116	24116	0	0	
(-)Amortización de Intangibles	615	615	615	615	615	
(-) Amortización gasto Pre Operativo	19300	19300	19300	19300	19300	
(-) Gasto por activo fijo no depreciable	18936	0	0	0	0	
EBIT o Resultado Operativo	89387	182177	224118	299230	351850	
(+) Ingresos Financieros						
(-) Gastos Financieros						
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)						27922.72
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)						0.00
Resultado antes de I. Renta	89387	182177	224118	299230	351850	27923
Pérdida del año anterior						
Base imponible	89387	182177	224118	299230	351850	27923
Impuesto a la renta 29.5%	14084	41457	53830	75988	91511	8237.20
Resultado Neto	75303	140720	170288	223242	260339	19686

Nota Elaboración propia.

8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal

Tabla 243

Estado de Ganancias y Pérdidas con Gastos Financieros y Escudo Fiscal (importe en soles)

Rubro	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación	análisis vertical				
Ventas	949,094	1,030,364	1,114,100	1,198,918	1,284,276		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
(-) Costo de Ventas	426,967	431,565	451,362	484,141	515,455		44.99%	41.88%	40.51%	40.38%	40.14%
(-) Materia Prima	182,064	184,948	202,144	217,270	231,128		19.18%	17.95%	18.14%	18.12%	18.00%
(-) Mano de Obra	14,787	14,832	16,315	32,630	48,945		1.56%	1.44%	1.46%	2.72%	3.81%
(-) Costos Indirectos	230,116	231,785	232,904	234,241	235,383		24.25%	22.50%	20.91%	19.54%	18.33%
Utilidad Bruta	522,127	598,799	662,738	714,777	768,821		55.01%	58.12%	59.49%	59.62%	59.86%
(-) Gastos Operativos	432,741	416,621	438,619	415,548	416,971		45.60%	40.43%	39.37%	34.66%	32.47%
(-)Gastos Administrativos	125,105	127,240	138,424	139,167	141,043		13.18%	12.35%	12.42%	11.61%	10.98%
(-)Gastos de Venta	244,668	245,350	256,164	256,465	256,013		25.78%	23.81%	22.99%	21.39%	19.93%
(-)Depreciación Activo Fijo	24,116	24,116	24,116	0	0		2.54%	2.34%	2.16%	0.00%	0.00%
(-)Amortización de Intangibles	615	615	615	615	615		0.06%	0.06%	0.06%	0.05%	0.05%
(-) Amortización Gasto Pre Operativo	19,300	19,300	19,300	19,300	19,300		2.03%	1.87%	1.73%	1.61%	1.50%
(-) Gasto por activo fijo no depreciable	18,936	0	0	0	0						
EBIT o Resultado Operativo	89,387	182,177	224,118	299,230	351,850		9.42%	17.68%	20.12%	24.96%	27.40%
(+) Ingresos Financieros							0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
(-) Gastos Financieros	13,608	9,129	3,531	0	0		1.43%	0.89%	0.32%	0.00%	0.00%
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)						27,923	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)						0	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Resultado antes de I. Renta	75,779	173,048	220,587	299,230	351,850	27,923	7.98%	16.79%	19.80%	24.96%	27.40%
Pérdida del año anterior											
Base imponible	75,779	173,048	220,587	299,230	351,850	27,923					
Impuesto a la renta 29.5%	10,070	38,764	52,788	75,988	91,511	8,237	1.06%	3.76%	4.74%	6.34%	7.13%
Resultado Neto	65,709	134,284	167,799	223,242	260,339	19,686	6.92%	13.03%	15.06%	18.62%	20.27%

Nota Elaboración propia.

8.4 Flujo de Caja Proyectado Operativo, capital, económico y financiero

Tabla 244

.Flujo de Caja económico, financiero, servicio de la deuda (importe en soles).

CONCEPTO	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Ingresos por Ventas		1119931	1215829	1314638	1414723	1515446	
(-) Costos operativos		946864	1027953	1097422	1168969	1233651	
(-) Materia Prima		214836	218239	238530	256379	272731	
(-) Mano de Obra Directa		14787	14832	16315	32630	48945	
(-) Costos Indirectos		244685	246586	247905	249483	250831	
(-) Gastos Administrativos		127237	129701	141083	141960	144173	
(-) Gastos de Venta		272168	273045	285199	285831	286468	
(-) Impuesto a la Renta		14084	41457	53830	75988	91511	8237
(-) Pago de IGV		59068	104093	114560	126698	138993	5026
Flujo de caja operativo		173067	187876	217216	245754	281795	0.00
Activo fijo depreciable	-85372						
Activo Intangible	-3456						
Gastos pre-operativos	-135757						
Inventarios	-5473						
Capital de trabajo	-44391	-3801.17	-3916.56	-3967.13	-3992.42		60068.70
Recuperación de garantía							2763
Valor salvamento activo fijo + IGV							32949
Flujo de capital	-274450	-3801	-3917	-3967	-3992	0	95780
Flujo de caja económico	-274450	169266	183960	213249	241762	281795	95780
Préstamo	68298						
Cuotas de reembolso del préstamo		-31522	-31522	-31522	0	0	0
Escudo Fiscal		4014	2693	1042	0	0	0
Flujo del servicio de la deuda	68297.63	-27507.75	-28828.92	-30480.38	0.00	0.00	0.00
Flujo de caja financiero	-206152	141758	155131	182769	241762	281795	95780

Nota Elaboración propia.

Capítulo IX. Evaluación Económica – Financiera

9.1 Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1 Costo de oportunidad (Ke).

9.1.1.1 Cálculo del CAPM.

Tabla 245

Cálculo de CAPM.

Concepto	Base	Sigla	Dato
Rendimiento del Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 1969-2018	RM	11.10%
Tasa Libre de Riesgo	Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 1969-2018	TLR	7.10%
% Capital Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E	75.11%
% Financiamiento	Estructura de financiamiento del proyecto	D	24.89%
Tasa Impuesto a la Renta	Legislación Vigente	I	29.50%
Beta Desapalancada	Healthcare Products	BD	1.04
Riesgo País mayo 2019	BCR	RP	1.16%
Beta Apalancado	$BA = BD * \{1 + (D/E) * (1 - I)\}$	BA	1.28
Costo Capital Propio a/	$KP = TLR + [BA * (RM - TLR)] + RP$	KP	13.4%

Nota Elaboración propia.

El CAPM queda invalido porque la tasa cok debería ser mayor que la tcea del banco.

9.1.1.2 Cálculo COK Propio.

Tabla 246

Cálculo COK Propio.

COK PROPIO	
FINANC. CREDINKA	5.30%
FINANC. PROEMPRESA	5.30%
FINANCIERA OH S A	6.25%
CRAC LOS ANDES	5.90%
CREDISCOTIA	5.00%
Cok promedio	5.55%
Factor de riesgo	5.50
Cok neto	30.6%

Nota Elaboración propia.

Factor riesgo= TCEA neta más alta+ cok promedio/cok promedio

$$\text{Factor riesgo} = \frac{(25\% + 5.55\%)}{5.55\%} = 5.55$$

9.1.1.3 Costo de la deuda.

Tabla 247

Cálculo COK Propio.

	TCEA	TCEA neta
Deuda activo fijo	25.00%	17.63%

Nota Elaboración propia.

9.1.2 Costo promedio ponderado de capital (WACC).

- El Costo del Capital Propio Ajustado se empleará para descontar el Flujo Financiero.
- El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) se emplea para descontar el Flujo Económico.

Tabla 248

Costo promedio ponderado de capital (WACC).

Concepto	Monto	%	Costo neto	wacc
Deuda activo fijo	68,298	24.89%	17.63%	4.3860%
Deuda capital de trabajo	0	0.00%	0.00%	0.0000%
Capital propio	206,152	75.11%	30.55%	22.9475%
Total	274,450			27.33%

Nota Elaboración propia.

9.2 Evaluación económica financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad.

Tabla 249

Indicadores de rentabilidad.

Concepto	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo de caja económico	-274,450	169,266	183,960	213,249	241,762	281,795	95,780
Flujo de caja financiero	-206,152	141,758	155,131	182,769	241,762	281,795	95,780

Nota Elaboración propia.

9.2.1.1 VANE y VANF

Tabla 250

VANE y VANF.

VANE 273,846

VANF 252,485

Nota Elaboración propia.

9.2.1.2 TIRE y TIRF, TIR modificado

Tabla 251

TIRE y TIRF.

TIRE	65.91%
TIRF	77.14%
TIRME	42.90%
TIRMF	49.16%

Nota Elaboración propia.

Considerando una tasa del wacc% para las Reinversiones del TIRME y cok para las reinversiones del TIRMF.

9.2.1.3 Período de recuperación descontado.

Tabla 252

Periodo de Recuperación descontado Económico.

Concepto	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo Económico Descontado	-274449.87	132931.19	113458.57	103289.92	91963.53	84181.85	22470.78
Acumulado	-274449.87	-141518.67	-28060.10	75229.82	167193.36	251375.21	273845.99
Período de Recupero Económico	2.27166	años					
Equivalente a:	2.00	años	3.3	meses			

Nota Elaboración propia.

Tabla 253

Periodo de Recuperación descontado Financiero.

Concepto	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024	Liquidación
Flujo Financiero Descontado	-206152.24	108585.44	91021.68	82143.03	83230.00	74310.26	19347.04
Acumulado	-206152.24	-97566.80	-6545.12	75597.91	158827.92	233138.18	252485.22
Período de Recupero Financiero	2.08	años					
Equivalente a:	2.00	año	1	meses			

Nota Elaboración propia.

9.2.1.4 Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Tabla 254

Relación Beneficio/Costo.

Relación B/C Económico:	2.00
Relación B/C Financiero:	2.20

Nota Elaboración propia.

Por cada sol de inversión el proyecto recibe 2,18soles y se gana 1,18 soles.

Por cada sol de inversión propia los accionistas reciben 2,69 soles y se gana 1,69 soles.

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio

9.2.2.1 Costos variables, Costos fijos

Tabla 255

Costos Variables y costos fijos (importe en soles).

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas (en Soles)	949094	1030364	1114100	1198918	1284276
Venta en Unidades	17537	19039	20586	22153	23730
Valor de Venta Promedio	54.12	54.12	54.12	54.12	54.12
Materia Prima	182064	184948	202144	217270	231128
Luz	19755	21447	23190	24955	26732
Comisión ventas 0,5%	4745.47	5151.82	5570.50	5994.59	6421.38
Sampling	3289.64	3124.97	2896.19	2597.20	1540.90
Costos Variables	209855	214671	233800	250817	265822
Costo Variable Unitario Promedio	11.97	11.28	11.36	11.32	11.20
Mano de Obra Directa	14787	14832	16315	32630	48945
Costos Indirectos Fijo	216287	216772	216671	216772	216671
Gastos Administrativos Fijo	121154	122951	133786	134176	135696
Gastos de Venta Fijo	234658	234928	245378	245378	245378
Depreciación Activo Fijo	24116	24116	24116	0	0
Amortización de Intangibles	615	615	615	615	615
Amortización de Pre Operativos	19300	19300	19300	19300	19300
(-) Activos fijos no depreciables	18936	0	0	0	0
Costos Fijos	649853	633515	656181	648871	666604

Nota Elaboración propia.

9.2.2.2 Estado de resultados (costeo directo)

Tabla 256

Estado de Resultados Costeo Directo (importe en soles).

Resultados (Costeo Directo)	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	949094	1030364	1114100	1198918	1284276
(-) Costos Variables	209855	214671	233800	250817	265822
Margen de Contribución	739239	815692	880300	948101	1018454
(-) Costos Fijos	649853	633515	656181	648871	666604
Utilidad Operativa	89387	182177	224118	299230	351850
(+) Ingresos Financieros					
(-) Gastos Financieros	13608	9129	3531	0	0
(-) Pérdida Venta Activo Fijo					
(+) Otros Ingresos					
Resultado antes de I. Renta	75779	173048	220587	299230	351850
(-) Impuesto a la Renta 29.5%	10070	38764	52788	75988	91511
Resultado Neto	65709	134284	167799	223242	260339

Nota Elaboración propia.

9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades

Tabla 257

Punto de equilibrio (unidades).

	2020	2021	2022	2023	2024
Punto de Equilibrio (en unidades)=Costos fijos/(valor de venta promedio-costos variables promedio)	15416	14787	15345	15161	15532

Nota Elaboración propia.

9.2.2.4 Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles

Tabla 258

Punto de equilibrio (en soles).

	2020	2021	2022	2023	2024
Punto de Equilibrio (En Soles)	834307	800251	830461	820512	840598

Nota Elaboración propia.

9.3 Análisis de Sensibilidad y Riesgo

9.3.1 Variables de entrada.

Tabla 259

Variables de entrada.

variables de entrada
Demanda
Precio
Costos de materia prima

Nota Elaboración propia.

9.3.2 Variables de salida.

Tabla 260
Variables de Salida.
Variables de salida

VANE	273,845.99
VANF	252,485.22
TIRE	65.91%
TIRF	77.14%
Cok	30.55%
Wacc	27.33%

Nota Elaboración propia.

9.3.3 Análisis unidimensional.

Tabla 261
Análisis Unidimensional de la variable demanda.

	VANF = 0	
Variable demanda	Base	Reducción máxima de la demanda
Demanda	0.00%	-13.68%
VANE	273,845.99	4,900.81
VANF	252,485.22	0.00
TIRE	65.91%	28.4%
TIRF	77.14%	30.6%
COK	30.55%	30.6%
WACC	27.33%	27.9%

Nota Elaboración propia.

Tabla 262
Análisis Unidimensional de la variación del Precio (importe en soles)

	VANF = 0	
Variable Precio	Base	Reducción máxima del precio
Precio	0.00%	-10.97%
VANE	273,845.99	4,853.83
VANF	252,485.22	-0.00
TIRE	65.91%	28.48%
TIRF	77.14%	30.55%
COK	30.55%	30.55%
WACC	27.33%	27.90%

Nota Elaboración propia.

Tabla 263
Análisis Unidimensional de la variación de costos de materia prima (importe en soles).

	VANF = 0	
Variable Costo de materia primas	Base	Aumento máximo el precio de todas las materias primas
Costo de materias primas	0.00%	99.21%
VANE	273,845.99	5,020.35
VANF	252,485.22	0.00
TIRE	65.91%	28.62%
TIRF	77.14%	30.55%
COK	30.55%	30.55%
WACC	27.33%	28.06%

Nota Elaboración propia.

9.3.4 Análisis multidimensional.

Tabla 264
Análisis Multidimensional.

	Pesimista	Base	Optimista
Demanda	-10%	0%	5%
Precio	-10%	0%	5%
Costo de Materia Prima	20%	0%	0%
VANE	-187,169.98	273,845.99	492,102.71
VANF	-183,390.15	252,485.22	452,952.51
TIRE	8.6%	65.9%	104%
TIRF	8.3%	77.1%	130%
Probabilidades de ocurrencia	15%	70%	15%

Nota Elaboración propia.

Tabla 265
VANE Y VANF.

VANE esperado	237,432.10
VANF esperado	217,174.01

Nota Elaboración propia.

Aun considerando escenarios del proyecto sigue siendo viable.

9.3.5 Variables críticas del proyecto.

Tabla 266
Variables críticas el proyecto.

	Variación máxima permitida	Tipo de variable
Demanda	-13.68%	Variable sensible
Precio	-10.97%	Variable sensible
Costo de Materia Prima	99.21%	Variable indiferente

Nota Elaboración propia.

9.3.6 Perfil de riesgo.

Debido a la existencia de solo variables sensibles y no críticas, el perfil de riesgo del proyecto es moderado bajo, pero se deben realizar estrategias preventivas y acceder a nuevos canales para asegurar las ventas.

Conclusiones

Se financiará el proyecto a través de capital propio de los accionistas por un total de S/ 206,152, que representa el 75% de la inversión total y será asignado para los activos fijos depreciables, activos intangibles, parte de los gastos pre operativos e inventario.

La diferencia de la inversión que asciende a S/ 68 298 que representa el 25% de nuestra inversión, será financiada mediante un préstamo con una TCEA de 25% que será empleado para activo fijo.

Se menciona que el proyecto es rentable considerando que se obtendría un VANE de S/.273, 846 y un TIRE de 65.91%, el cual es mayor al WACC calculado de 27.33%. El tiempo de recuperación es de mediano plazo, y a partir del tercer se comenzarán a recibir réditos, para que finalmente en el quinto año se proceda a la liquidación del proyecto.

Viendo los resultados financieros nuestro proyecto resulta rentable, con un VANF de S/ 252485 y un TIRF de 77.14%, el COK propio de 30.60% esto se traduce en nuestra relación de costo/beneficio que por cada sol de inversión propia de los accionistas este percibe un redito de S/.1.22.

Para poder asegurar que nuestro modelo de negocio sea exitoso en el momento que se logre un reconocimiento de marca y tengamos ingresos para invertir, buscaremos nuevos canales de distribución como los distribuidores reconocidos: PERUFARMA y GRUPO VEGA.

En un mediano plazo buscaremos producir los aceites de las semillas de caléndula y frambuesa para buscar una diferenciación en la producción de la calidad de estos insumos.

Recomendaciones

En nuestro mercado existen muchos productos sustitutos, pero con el valor agregado de usar insumos naturales, con alto cuidado de la salud tanto en su composición como en sus beneficios y sus propiedades anti-age, pretendemos posicionarnos en el mercado con campañas publicitarias y alianzas estratégicas comerciales poniendo énfasis en los beneficios y la concientización del cuidado personal.

Para poder asegurar que nuestro modelo de negocio sea exitoso en el momento que se logre un reconocimiento de marca y tengamos ingresos para invertir, buscaremos nuevos canales de distribución como los distribuidores reconocidos: PERUFARMA y GRUPO VEGA.

En un mediano plazo buscaremos producir los aceites de las semillas de caléndula y frambuesa para buscar una diferenciación en la producción de la calidad de estos insumos.

REFERENCIAS

- Agencia de Promoción de la Inversión Peruana. (s.f.). *El Perú en un instante*. Recuperado de: www.investinperu.pe:
<https://www.investinperu.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?are=0&prf=0&jer=5649&sec=1>
- Avalos, J., Ibarra, L., Ravello, L., Rios, V., & Rodriguez, R. (2018). *Diseño del proceso de producción de protectores solares a partir de materiales orgánicos y biodegradables*. Universidad de Piura, Área Departamental de Ingeniería Industrial y de Sistemas, Piura. Recuperado de
<https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3798/e085d78c1d1feb1bbcdcb31bdb0e83eb4a01e6f0b7383c4316f48af5b8b4cf7a.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- BCRP. (2018). *Reporte de Inflación Panorama actual de proyecciones macroeconomicas 208-2020*. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2018/diciembre/reportes-de-inflacion-diciembre-2018.pdf>
- Castillo, N. (2019, 02 de enero). *Inflación cerró en 2,19%: ¿Qué rubros incidieron en la tasa anualizada?* *Diario El Comercio*. Recuperado de:
<https://elcomercio.pe/economia/peru/inflacion-alimentos-superaron-2-noticia-593251>.
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (s.f.). *Perú: Población 2018. CPI*. Recuperado de: www.cpi.pe:
http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201805.pdf.
- Dirección general de medicamentos, insumos y drogas (2018). *Codificación de ingresos digemid según TUPA 2016. DIGEMID*. Recuperado de:
http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/TASAS_2018_09032018.pdf.
- Dirección general de medicamentos, insumos y drogas (2018). *Registros sanitarios de productos farmacéuticos. DIGEMID*. Recuperado de:
<http://www.digemid.minsa.gob.pe/main.asp?Seccion=936>
- El Peruano. (2019, 10 de febrero). *Sube proyección de crecimiento de PBI para el 2019*. *Diario oficial el peruano*. Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia-subeproyeccion-crecimiento-pbi-para-2019-75587.aspx>.
- Gestion. (mazo de 2019). *Riesgo país de Perú cerró sin variación en 1.10 puntos porcentuales*. *Diario Gestion*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-peru-cerro-variacion-1-10-puntos-porcentuales-262103>
- Gestión. (2018, 06 de febrero). *Tasa de crecimiento anual de población peruana es de 1.01%. Ipsos*. *Diario Gestion*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/ipsos-tasa-crecimiento-anual-poblacion-peruana-1-01-226591>
- Gestion. (2018). *Dólar terminará el 2018 en S/ 3.34 y en el 2019 en S/ 3.30*. *Scotiabank. Diario Gestion*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/scotiabank-dolar-terminara-2018-s-3-34-2019-s-3-30-251053>.
- Instituto Nacional Estadísticas e Informática. (2017). *Estadísticas – Economía. INEI*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
- Instituto Nacional Estadísticas e Informática. (2017). *Indicador de empleos y de ingreso 2017. INEI*. Recuperado de:
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf.
- Instituto Nacional Estadísticas e Informática. (2017). *Perú: Crecimiento y distribución de la población. INEI*. Recuperado de:

- https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf.
- Instituto nacional de estadística e informática (2018). *Crecimiento y distribución de la población, Lima, Perú: ed. Censos Nacionales 2017: XII de Población y VII de Vivienda*. Recuperado de: <http://www.smv.gob.pe/sil/LEY0000199726887001.pdf>.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2019). *Registros de marcas y otros signos. Lima, Perú*. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual: Búsqueda de antecedentes en líneas. (2019). Lima, Perú. <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/busqueda-de-antecedentes-en-linea>.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Clasificación internacional de productos y servicios Lima, Perú*. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20795/0/TitulosClasificacionNiza2017.pdf/2ac6ef66-96c8-4d8b-8656-57d749103fa8> .
- Instituto nacional de defensa civil (2018). *Un país preparado y resiliente ante emergencias y desastres*. Recuperado de: <https://www.indeci.gob.pe/institucion/acerca-del-indeci/>.
- KOTLER, P. & Armstrong, G. (2012). *Marketing (14a ed.)*. México: Pearson Educación Código USIL: 658.8.K78A 2012. Capítulo 3. *Análisis del entorno de marketing. El micro entorno (Empresa/ proveedores / intermediarios de marketing / Competidores / clientes)*, pp. 66-69. *El macro entorno (Demográfico / económico / tecnológico / político y social / cultural)*, pp. 70-89.
- Lago, J. (2016). *El gasto en protección solar- 2016. Constanza Business & Protocol School*. Recuperado de: <http://www.constanza.org/wp-content/uploads/2016/07/Bolet%C3%ADn-de-Investigaci%C3%B3n-VII-2016-Gasto-en-protecci%C3%B3n-solar.pdf>.
- Ministerio de salud (2018). *Tramites, formatos e instructivos para obtener la certificación de buenas prácticas*. Recuperado de: <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=467>.
- Ministerio del trabajo y producción del empleo (2019). *Preguntas frecuentes sobre modificaciones y sobre acreditaciones*. Recuperado de: <https://www.trabajo.gob.pe/mtppe/mostrarContenido5b6.html?id=546&tip=541>.
- Ministerio del trabajo y producción del empleo (2016). *Sistema nacional de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/remype/guia/guia_usuario.pdf.
- Perú 21. (2012, 24 de noviembre). *Como obtener el permiso de defensa civil. Diario Perú 21*. Recuperado de: <https://peru21.pe/mis-finanzas/obtener-permiso-defensa-civil-56189>.
- Radio programas del Perú (2016) *¿cuál es el trámite para registrar el nombre de tu empresa?* Recuperado de: <https://rpp.pe/economia/negocios/cual-es-el-tramite-para-registrar-el-nombre-de-tu-empresa-noticia-962821>.
- Superintendencia nacional de registros públicos (2018). *Oficina general de comunicaciones SUNARP*. Recuperado de: <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>.

- Superintendencia nacional de registros públicos (2019). *Texto único de procedimiento administrativo SUNARP*. Recuperado de: <https://www.sunarp.gob.pe/tupa.asp>.
- Superintendencia de fiscalización laboral (2017). *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: <http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf> .
- Superintendencia nacional de administración tributaria (2017). *Carpeta Régimen MYPE tributario*. Recuperado de:
<http://orientacion.sunat.gob.pe/images/nuevosinscritos/REMYPe.pdf>.
- Urbanía (2019). *Alquiler de locales comerciales*. Recuperado de:
<https://urbania.pe/buscar/alquiler-de-locales-comerciales-en-lince--lima--lima>.

ANEXOS

Anexo 1 *Mezcladora para emulsiones*

PRODUCCIÓN

MEZCLADORA PARA EMULSIONES

Nombre: BXZRH emulsionante Mezclador
Material: De acero inoxidable SUS316L
El uso de: Industria cosmética
Color: De acero verdaderos colores
Tipo de mezclador: Homogeneizador
Uso: Fluido viscoso
Lugar del origen: Jiangsu, China (Mainland)
Marca: Biaoxin
Capacidad de cargamento máxima: 30 Kg
Voltaje: 110 V ~ 480 V
Energía (W): 0.75KW ~ 45KW
Dimensión (L*W*H): 2900*2100*2050mm
Certificación: CE certificado
Garantía: 1 año
Servicio postventa ofrecido: Recambios libres.
Precio: S/. 33,300.00



Características:

La mezcladora está diseñada para elaborar productos del tipo emulsiones: cremas, lociones, etc.

- El mezclado es uniforme
- Las piezas son de acero inoxidable
- Cuenta con un sistema de enfriamiento y calentamiento por vapor de agua.
- Controlador de presión negativa interna.

Nota: Elaboración propia.

Anexo 2
Dosificador manual.

DOSIFICADOR MANUAL

Material de la máquina: acero inoxidable 304
Rango de llenado: 5-50 ml
Capacidad de la tolva: 10 kg
Velocidad de llenado: 20-30 veces/min (varía de una persona a otra)
Net Peso: 18 kg
Gross Peso: 22 kg
Machine tamaño: 270x270x700mm
Tipo: Máquina de envasado
Condición: Nuevo
Grado automático: Semi-automático
Tipo conducido: Manual, Manual o neumático
Voltaje: Máquina de llenado manual
Potencia: Máquina de llenado manual
Lugar del origen: Guangdong, China (Mainland)
Marca: Lianhe
Número de Modelo: LH
Dimensión (L*W*H): 31*28*73 cm
Peso: 12 kg
Material: SS304 máquina de llenado manual
Función: Relleno de crema, ungüento
Tipo de producto: Cosméticos
Tolva valume: 10-20L N.w: 18 kg
Presión de aire: 0.4-0.6mpa
Garantía: 1 año
Precio: S/ 999.00



Características:

- Su uso es manual por tolva
- Control de dosificación neumático
- Capacidad de tolva: 10 kg
- Modelo: YS-A03
- Marca: Yason
- Rango de llenado: 5-50 ml
- Velocidad aprox: 20 – 30 und/min (de acuerdo a la cantidad por envase)

Nota: Elaboración propia.

Anexo 3
Equipos de producción.

PRODUCCIÓN

COCINILLA ELECTRICA

Precio: S/ 250.00
Cuerpo metálico
1 placa calorífica de vitro cerámica: 2.000 W. 180 mm
Termostato regulable de temperatura
Piloto luminoso
Protección contra sobrecalentamiento
Voltaje 230 V
Potencia 2.000 W



TERMOMETRO DIGITAL

Termómetro De -50 ° A +300 ° C T-T150

Precio: S/. 30.00
Muy precisión (+ / - 1 ° C)
Indicador de batería baja
LCD Displayanzeige en ° C / ° F
Función de retención de la pantalla
Dimensiones: 228mm (general) - (sonda) 150mm



BALANZA (CAPACIDAD MAXIMA 30KG)

Precio: S/. 480
Marca: Coretto
Modelo: Ec30
Capacidad: 30 Kg
Precisión 5 Gr
Batería Recarga Dc 6v - 4amp.
Tensión Eléctrica 220v / 60+-2hz



Nota: Elaboración propia.

Anexo 4

Equipos de producción I.

BALANZA ANALITICA

Precio: S/ 3950
Modelo: FA2204
Capacidad: 0-220g
Legibilidad: 0,1 mg
Linealidad: ± 0.2 mg
Repetibilidad: ± 0.2 mg
Tamaño de la bandeja: $\varnothing 80$ mm
Interfaz de salida: RS232
Dimensiones: 340mm x 215mm x 350mm
Peso neto: 6800g
Fuente de alimentación: Adaptador Universal AC110-240V



AIRE ACONDICIONADO

Precio: S/. 1700
Tipo: Rotary
Modelo: GA092MCA
Tipo de Motor BLDC
Tipo de Aceite POE



EXTRACTORA

Precio: S/. 350
Marca: JINLONG
Voltaje: 220 V/380 V
Potencia: 1.1kw
Certificación: CE
Garantía: 1 año
Tamaño: 1380*1380*320mm
El uso de: De ventilación de escape
Color: plata



VISCOSÍMETRO / REÓMETRO

Precio: S/. 14000
Marca: DRICK
Número de Modelo: MN-B
Potencia: 700 W 50 HZ 220 V $\pm 10\%$
Estándar: ISO28-63... GB/T3242-2005
Rango de temperatura: Temperatura $\sim 200^{\circ}\text{C}$
Tamaño: 680 (largo) * 700 (ancho) * 1300 (alto) mm
Aplicación: Módulo de medición y control, resistencia y calentador de platino
Fuente de alimentación: 700 W 50 HZ 220 V $\pm 10\%$
Garantía: 12 meses



Nota: Elaboración propia.

Anexo 5
Equipos de Oficina.

OFICINA

COMPUTADORA (CORE I5)

Precio: S/ 12300

Procesador Intel Core I5 3.00ghz Con Turbo Hasta 3.50ghz Lga 1151 7ma Generación.
Painboard Para Procesador Intel Con Chipset "Intel H110" Socket 1151 (Gigabyte O Asus).
6 Puertos Usb 2.0 (4 Traseros, 2 Delanteros).
3 Puertos Usb 3.0 (2 Traseros, Posibilidad De Colocar 1 Adelante)
Puerto Rj45 Para Redes, Internet, Etc.
Puerto Pci-Ex Para Tarjetas De Video Hd.
Audio Hd "High Definition"
Memoria Ram Ddr4 8gb 2133mhz "Expandible".
Disco Duro 1000gb (1tb) Sata 7200rpm. "Expandible"
Lector Quemador De Dvdwriter Sata.
Case (Varios Diseños).
Teclado Multimedia Usb (Varios Diseños).
Mouse Óptico Usb (Varios Diseños).
Parlantes Estéreo (Varios Diseños).
Monitor Led Lg 20" Hd
Laptop (Lenovo)



Precio: S/ 1 600

Tamaño De Pantalla:14"
Resolución: 1366 X 768
Relación De Aspecto: 16:9
Modelo: Marca Lenovo
Modelo: 320-14isk
Color: Gris
Número De Parte:80xg0000lm
Procesador: Marca Intel
Línea: Core I5
Modelo:6006u
Generación: 6ta Generación
Velocidad: (2.00 Ghz)
Cache 3 Mb
Memoria: Capacidad:4gb



IMPRESORA MULTIFUNCIONAL

Precio: S/ 1 400

Características Físicas: Ancho: 49,0 Cm
Profundidad: 37,7 Cm
Alto: 22,9 Cm
Peso: 6,3 Kg (Sin Tinta)
Requerimientos Eléctricos Voltaje: 100-240v
Frecuencia: 50-60hz +/- 0,5hz
Consumo (Patrón Iso 24712 / Reposo): 100-240v: 11w / 1,6w
Compatibilidad Windows® 10, Windows 8/8.1, Windows 7, Windows



PROYECTOR

Precio: S/ 1700

Proyector Epson S27
-2700 Lúmenes
-Puertos Hdmi, Svga 800 X 600
-Duración De Lampara Hasta 10.000 Horas
-Tecnología 3lcd
-Wifi Opcional



Nota: Elaboración propia.

Anexo 6

Equipos de Oficina (Continuación).

TELEFONO IP 2

PRECIO: S/ 170

Modelo: Gxp1620

Pantalla Lcd De 132 X 48

Dos Puertos Conmutados De 10/100mbps, Audio Hd, Soporte Multilenguaje



Nota: Elaboración propia.

Anexo 7
Encuesta.

30/6/2019

Encuesta Bloqueador Solar

Encuesta Bloqueador Solar

La finalidad de la encuesta es conocer la opinión acerca del uso del bloqueador para la piel. Nuestro objetivo es presentar al mercado un producto a base de dos aceites de insumos naturales como es la caléndula y frambuesa.

* Required

1. Email address *

2. Identificación

PREGUNTAS

3. Distrito de Residencia: *

- La Molina
- Surco
- San Isidro
- Miraflores
- Jesús María
- Pueblo Libre
- Lince
- San Miguel
- Magdalena
- Otros

4. Género *

- Masculino
- Femenino

5. ¿En qué rango de edad se encuentra? *

- 30 a 45 años
- 46 a 60 años
- Otro (fin de la encuesta)

https://docs.google.com/forms/d/1wjDkG5rgYTdBajPEC0KbmdozxYIgmV64ndITR3QMzY/edit?edit2=2_ABaOnudCZA-aQVtr6IAIsmxRhxZGYdqi... 1/5

6. ¿A cuánto asciende su ingreso familiar? *

- 5001 a 10000
 10000 a más
 Otros(fin de la encuesta)

PERFIL DEL CONSUMIDOR

7. ¿Qué marca de bloqueador solar usa o conoce?

- a) Eucerin
 b) Bioderma
 c) Atenbelum
 d) Otros

8. ¿Dónde suele comprar su bloqueador?

- Farmacias
 Supermercados
 Online
 Tiendas por departamento
 Otros

9. ¿Qué tipo de factor de protección prefieres? *

- 30
 50
 Otros

10. ¿sabes qué es un factor de protección? *

- Si
 No

11. ¿Utilizas protector solar? *

- Si
 No

12. ¿Qué tamaño de frasco compras?

- 30 ml
- 50 ml
- 150 ml
- 250 ml
- otros

13. ¿En qué estación del año utilizas bloqueador solar?

- Solo verano
- Solo verano y primavera
- Verano, primavera y otoño
- Todo el año

14. ¿Qué propiedades buscas en un bloqueador?

- Protección de la piel
- Prevenir el cáncer de piel
- Hidratación de la piel
- Traslucido
- Regenerador de la piel
- Resistencia al agua
- Otros

15. ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por un frasco de bloqueador de 150 ml?

- Menor a 50 soles
- 51 a 75 soles
- 76 a 100 soles
- 101 a más soles

VALIDACIÓN DEL PRODUCTO**16. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por el producto?(envase de 150 ml)**

- Menos de 50 soles
- De 50 a 69.9 soles
- De 70 a 89.9 soles
- De 90 a 109.9 soles
- De 110 a más

17. **¿Compraría nuestro bloqueador a base de caléndula y aceite de frambuesa?**

- Sí
 No(fin de la encuesta)

18. **De acuerdo a la frecuencia escogida ¿Cuántas unidades compraría en cada ocasión de compra?**

- 1 unidades
 2 unidades
 3 unidades a más

19. **¿Con qué frecuencia desearía adquirirlo?**

- Mensual
 Bimestral
 Trimestral
 Semestral

20. **¿En qué época del año compraría usted nuestro producto?**

- Verano
 Otoño
 Invierno
 Primavera
 Todo el año

21. **¿De qué forma le gustaría acceder a nuestro producto?**

- Bioferias
 Tiendas orgánicas
 Farmacias
 Online
 supermercados
 Tiendas especializadas

22. **¿A través de qué medio le gustaría recibir noticias sobre nuestro producto?**

- Redes sociales
 Páginas web
 Periódico y revistas
 Puntos de venta
 Mailing

DESPEDIDA

https://docs.google.com/forms/d/1wjDkG5rgYTdBajPEc0KbmdozxYlgMV64ndITR3QMzY/edit?edit=2_ABaOnudCZA-aQVtr6lAlsmxRhxZGYdqj... 4/5

Nota: Elaboración propia.

Anexo 8
Cotización del seguro de la empresa.

RIMAC

Protege tu negocio con Socio Seguro para que siga creciendo

Cubrimos tu negocio con S/20,000, S/30,000 o S/50,000 en caso de robo dentro de tu local.



Te brindamos equipos de protección

Cámaras inteligentes, alarmas conectadas a la policía, sensores de movimiento.



Te cubrimos económicamente

En nuestros planes por Robo y/o intento de robo y en la cobertura por deshonestidad de empleados.



Te asistimos en emergencias

Asistencias relacionadas al robo, ambulancia en caso de daño al personal de la empresa, vidriería y cerrajería.



Te damos servicios diferenciales

Brindamos una evaluación integral del negocio, inspección virtual, denuncia fácil, limpieza post siniestro por robo y más. Consultoría inicial sobre la seguridad del negocio



VIGENCIA DE LA PÓLIZA DE SEGURO

La póliza de tu seguro es de manera anual con débito automático mensual en la tarjeta que registraste.

VIGENCIA DE CONTRATO POR EQUIPOS

El contrato por los equipos es de 3 años, al término de esos 3 años podrás renovarlos por equipos de nueva generación.

¿QUÉ PASA SI ME VOY?

Si decido cancelar la póliza de mi seguro antes del plazo de vigencia, se me brindará la opción de continuar únicamente con el servicio del equipo y monitoreo para el cual el costo mensual será recalculado.

RIMAC © 2019 RIMAC Seguros y Reaseguros.

Llámanos al **01411-1111**

Tenemos el mejor plan para tu negocio

Cobertura de S/20,000 *Sin deducible

COBERTURA DE ROBO POR S/20,000	SOCIO ORO S/ 235 MENSUALES	SOCIO PLATA S/ 205 MENSUALES	SOCIO BRONCE S/ 170 MENSUALES	ROBO S/ 60 MENSUALES
Cámaras de seguridad HD con visualización móvil*	✓ 2 cámaras	✓ 1 cámara	✓ 1 cámara	✗
Alarma con sirena de 30w	✓	✓	✓	✗
Sensores de movimiento	✓ 2 sensores	✓ 2 sensores	✗	✗
Contacto magnético**	✓ 3 contactos	✓ 3 contactos	✓ 2 contactos	✗
Servicio de monitoreo	✓	✓	✓	✗
Repetidor de señal	✓	✓	✗	✗
Cobertura por Robo hasta S/20,000	✓	✓	✓	✓

* Las cámaras necesitan estar conectadas a internet.

** Precio en base a contacto magnéticos ligeros para puertas convencionales, en caso tener puertas pesadas (puertas enrollables) el precio en Plan Socio Oro es S/245, Plan Socio Plata S/215 y Plan Socio Bronce S/175.

Cobertura de S/30,000 *Deducible de 10% del monto indemnizable

COBERTURA DE ROBO POR S/30,000	SOCIO ORO S/ 270 MENSUALES	SOCIO PLATA S/ 240 MENSUALES	SOCIO BRONCE S/ 205 MENSUALES	ROBO S/ 95 MENSUALES
Cámaras de seguridad HD con visualización móvil*	✓ 2 cámaras	✓ 1 cámara	✓ 1 cámara	✗
Alarma con sirena de 30w	✓	✓	✓	✗
Sensores de movimiento	✓ 2 sensores	✓ 2 sensores	✗	✗
Contacto magnético**	✓ 3 contactos	✓ 3 contactos	✓ 2 contactos	✗
Servicio de monitoreo	✓	✓	✓	✗
Repetidor de señal	✓	✓	✗	✗
Cobertura por Robo hasta S/30,000	✓	✓	✓	✓

* Las cámaras necesitan estar conectadas a internet.

** Precio en base a contacto magnéticos ligeros para puertas convencionales, en caso tener puertas pesadas (puertas enrollables) el precio en Plan Socio Oro es S/280, Plan Socio Plata S/250 y Plan Socio Bronce S/210.

Cobertura de S/50,000 * Deducible de 10% del monto indemnizable

COBERTURA DE ROBO POR S/50,000	SOCIO ORO S/355 MENSUALES	SOCIO PLATA S/325 MENSUALES	SOCIO BRONCE S/290 MENSUALES	ROBO S/180 MENSUALES
Cámaras de seguridad HD con visualización móvil*	✓ 2 cámaras	✓ 1 cámara	✓ 1 cámara	✗
Alarma con sirena de 30w	✓	✓	✓	✗
Sensores de movimiento	✓ 2 sensores	✓ 2 sensores	✗	✗
Contacto magnético**	✓ 3 contactos	✓ 3 contactos	✓ 2 contactos	✗
Servicio de monitoreo	✓	✓	✓	✗
Repetidor de señal	✓	✓	✗	✗
Cobertura por Robo hasta S/50,000	✓	✓	✓	✓

* Las cámaras necesitan estar conectadas a internet

** Precio en base a contacto magnéticos ligeros para puertas convencionales, en caso tener puertas pesadas (puertas enrollables) el precio en Plan Socio Oro es S/365, Plan Socio Plata S/335 y Plan Socio Bronce S/295.



Nuestro socio Securitas será quién realice la instalación de los equipos, recuerda que no cobramos por la instalación en Lima y Callao. Instalación en provincia, consulta por el costo.

¿Qué sí cubrimos en Socio Seguro?

EN CASO CONTRATAS ROBO

- ✓ El valor de tu mercadería al precio que te costó
- ✓ El valor de tus maquinaria y mobiliario al precio actual en el mercado.

EN CASO CONTRATAS DESHONESTIDAD

- ✓ El robo de dinero, activos o mercadería
- ✓ Perdidas causadas por Fraude.
- ✓ El cobro de cheques a nombre de la empresa.

¿Qué **no cubrimos** en Socio Seguro?

SEGURO DE ROBO

- Robos en un local distinto al que aseguraste
- El valor al precio de venta de tus activos o mercadería.
- Actos de naturaleza fraudulenta o dolosa por parte del asegurado.
- Locales que se encuentre desocupados o deshabitados por más de 7 días consecutivos.
- Dinero, relojes de uso personal, joyas, obras de arte, metales y piedras preciosas

SEGURO DE DESHONESTIDAD

- Extorsión, chantaje o secuestro.
- Trabajadores que no se encuentren con un contrato vigente.
- Perdidas en las que se encuentre involucrado el asegurado y/o familiares hasta el 4to grado de consanguinidad

GIROS DE NEGOCIO

- Distribuidoras y Depósitos de Abarrotes y/o Víveres.
- Tiendas de o Armas. Antigüedades, Tiendas o Depósitos de o Artesanías.
- Cabinas de Internet. Tiendas o depósitos de celulares.
- Cajeros Automáticos, Casas de Empeño y Cambio.
- Galerías, exposiciones artísticas y culturales. Ferias comerciales y artesanales.
- Entidades Financieras y Transportadoras de Dinero.
- Juegos electrónicos (Casinos, Tragamonedas, Salas de Juego y similares).
- Fábricas y Tiendas de Joyerías, Platerías, Alhajas y piedras Preciosas. Metales preciosos en bóvedas y Cajas fuertes.
- Kioscos y/o Casetas.
- Oficinas de Apuestas y Venta de Boletos.
- Riesgos Mineros en General (bajo tierra y/o Tajo abierto).

ZONAS

- Jr. Camaná, Cdra. 1.
- Jr. Unión, Cdra. 1
- Jr. Huallaga, Cdras. 5, 6 y 7
- Jr. Ucayali, Cdras. 5, 6 y 7
- Jr. Miró Quesada, Cdras. 6 y 7
- Jr. Puno, Cdras. 5, 6 y 7
- Jr. Inambari, Cdras. 6, 7 y 8
- Jr. Ayacucho, Cdras. 3, 4, 5, 6, 7 y 8
- Jr. Andahuaylas, Cdras. 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12
- Jr. Paruro, Cdras. 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 y 14
- Locales considerados como Patrimonio Cultural de la Nación y/o Patrimonio de la Humanidad (A nivel nacional)
- Zonas populosas tales como: pueblos jóvenes, asentamientos humanos, barriadas y similares
- Zonas tugarizadas tales como: Mercado central, Gamarra, Mesa Redonda y las inmediaciones de tales zonas, zonas de alta concentración de comercio ambulatorio, callejero e informal.

CATEGORÍA DE CONTRUCCIÓN

- Locales de 3, 4, 5 categoría de construcción, siendo:
 - Tercera Categoría: Adobe
 - Cuarta Categoría: Quincha
 - Quinta Categoría: Madera, Metal, Esteras

Anexo 9
Cotización de equipos.



Lima, 29 de abril del 2019

Asunto: Cotización N° 001-BP-2019

Estimados Sres. EKO SKIN S.A.C.,

Por medio de la presente le brindamos la cotización de los productos de la línea **Gattefossé®**:

Producto	Presentación	Precio por 1 Kg (S/.) (inc. IGV)	Precio total (S/.) (inc. IGV)
EMULIUM 22	Bolsa por 25 kg	78.00	1250.00
EMULIUM DELTA	Bolsa por 25 kg	63.00	1625.00

Esta cotización es válida por 30 días desde la fecha de emisión.

Cualquier duda, puede comunicarse con nosotros

Atentamente.

Cecilia Póveda

Área Técnico Comercial

Teléfono: (+51) 611-0303 Anexo 32

Email: cpoveda@negociar.com.pe



Teléfono: (+51) 611-0303
Calle Los Canarios 130 Of.201 - La Molina

Nota: Negociar.

Anexo 10
Cotización productos.



Lima, 29 de abril del 2019

Asunto: Cotización Aceite de Semillas de Frambuesa

Sres. EKO SKIN S.A.C.

A continuación deseamos indicarle la cotización del producto:

ACEITE DE SEMILLAS DE FRAMBUESA (Aceite sin refinar, prensado en frío, marca EE.UU. Botanical Beauty)	Frasco por 1 Kg	S/. 200.00 (no incluye IGV)
---	-----------------	--------------------------------

Los productos llegan disponibles a nuestra bodega en Miami para ser despachados entre 11 a 13 días hábiles en Lima-Perú, sin embargo trabajamos para que sea en el menor tiempo posible.

Cualquier consulta, no dude en comunicarse con nosotros.

Cordialmente.

Gabriela Jiménez
Área de Ventas
AKAESPERU IMPORTACIONES
Av. Paseo de la Republica Nro. 3195 Int. 605

Nota: Grupo Akaes.

Plaza de la Bandera
Pueblo Libre
Lima 21
Perú
Email: ventas@idsaperu.com
Teléfono: 5178757 - 943546438



Lima, 30 de abril del 2019

SRES. EKO SKIN S.A.C.

Asunto: Cotización N° 001

Estimados Señores,

Por medio de esta carta deseamos indicarle la cotización de los productos que nos consultaron días atrás.

Descripción	Presentación	Costo (S/.) (inc. IGV)
Óxido de Zinc (grado cosmético)	Bolsa por 25 kg	1250.00
Dióxido de Titanio (grado cosmético)	Bolsa por 25 kg	1625.00
Aceite de Caléndula	Frasco por 1 kg	280.00
Aceite de Lavanda	Frasco por 1 kg	100.00
Goma xanthan	Bolsa por 1 kg	80.00
Miristil miristato	Bolsa por 25 kg	500.00
Gliceril estearato	Bolsa por 1 kg	79.00
Glicerina líquida	Cilindro por 50 kg	1000.00

Esta cotización es válida por 30 días desde la fecha de emisión.

Cualquier duda, comuníquese con nosotros, estaremos gustosos de atenderlos.

Boris Ibarra Herrera

Representante de Ventas

Email: ventas@idsaperu.com
Teléfono: 5178757 - 943546438

Nota: Idsa Peru.

Anexo 12
Cotización 1

**Química
anders**

Calle los Hilanderos Nro. 109, Urb
Vulcano. Ate-Lima-Perú
Tel : (+51) 1 3480463

Lima, 02 de mayo del 2019

Señores EKO SKIN S.A.C.,

Por medio de esta carta deseamos indicarle la cotización de los productos que nos consultaron días atrás.

GEOGARD® 221 (Camassia®)	Frasco x 1 L	\$ 61.20 (incluye IGV)
------------------------------------	--------------	---------------------------

Esta cotización es válida por 30 días desde la fecha de emisión. El tiempo de entrega del producto es de 60 a 90 días.

Quedamos atentos a su respuesta.

Cordialmente.

Henry Llapapasca

Asesor Técnico Comercial

Correo: hllapascac@ganders.com

Telef.: (+51) 1 3480463 Anexo 221

Nota: Química Anders.

Anexo 13
Cotización Insumo.



Lima, 01 de mayo del 2019

Sres. EKO SKIN S.A.C.

Mediante la presente le enviamos la cotización del producto:

AMPHISOL K	Estándar Pack	S/. 2750.00
Potasio Cetil Fosfato	x 25 Kg	(inc. IGV) (*)
(Línea: DSM Personal Care)		

Quedamos atentos a su respuesta. Cualquier consulta adicional, no dude en comunicarse con nosotros.

Atentamente.

CARLOS RUIZ

ÁREA TECNICO COMERCIAL

E-mail: ventas@drocersa.com.pe

Teléfono: (511) 411.6868 Anexo 2331

Móvil: (51) 998 112 661 / (51) 914 684 082

(*) Esta cotización es válida por 30 días.

DROCERSA S.A.
Dirección: Parcela 6, Sublote B-2, Lote 9
(Av. Los Eucaliptos Esq. Av. Las Poncianas) - Lurin - Lima - Perú
Teléfono: (511) 411.6868

Nota: Drocersa.

Anexo 14
Cotización Maquina.



May 02, 2019

EKO SKIN S.A.C.

Dear Sirs,

Here we want to indicate the price of:

Manual Piston Cream filling machine Modelo: YS-A02

FOB Price: \$ 300.00.

Min. Order: 1 Set

Shipping: Alibaba.com Ocean Shipping Service

This quote is valid for 30 days. The delivery time of the product is 90 days from China to Peru.

For any questions, please contact us.

Ms. Jane Huang
Sales Director

Shenzhen Yason Machinery Co., Ltd.
Floor 3, Bldg. 1, (Zone A) Zone 3, Xinhe Xinxing Ind. Zone, Fuyong Street, Baoan Dist.,
Shenzhen, Jiangxi, China (Mainland)

Nota: Yason.

Anexo 15
Cotización Maquina 1.



April 30, 2019

EKO SKIN S.A.C.

Dear Sirs,

By means of this letter we wish to indicate the quotation of the products that you consulted us days ago.

FOB Price: \$10,000.00. Min. Order: 1 Sets

Shipping: Alibaba.com Ocean Shipping Service



This quote is valid for 30 days from the date of issue.

The delivery time of the product is 60 to 90 days.

Any questions, please contact us.

Jiangsu Biaoxin Machinery Co., Ltd.
Zip: 211700 / Tel:86-517-8829 7717 / Fax:86-517-8829 1168

Nota: Biaoxin.