



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

BESAMU BEAUTY

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

HUGO NICANOR ALARCÓN ZAMORA
Ingeniería Empresarial y de Sistemas

JESÚS ALBERTO LÁZARO QUISPE
Ingeniería Empresarial y de Sistemas

MARTHA JULIA REYES CUBAS
Administración de Empresas

LUIS WAGNER RIVERA CÓRDOVA
Ingeniería Empresarial y de Sistemas

BILANGIE BRIGITTE MILDRED VIDAL CANALES
Ingeniería Industrial

Asesor:
Luis Enrique Caveró Velaochaga

Lima – Perú
2019

Índice de Contenidos

Resumen Ejecutivo.....	1
Capítulo I: Información General	3
1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.....	3
1.1.1. Razón Social:	3
1.1.2. Nombre del Producto:	3
1.1.3. Horizonte de Evaluación	4
1.2. Actividad económica, código CIU, partida arancelaria.	4
1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS.....	5
1.4. Descripción del producto.	6
1.4.1. Características del producto	6
1.4.2. Usos y Beneficios.....	9
1.5. Oportunidad de negocio.	10
1.6. Estrategia genérica del Negocio.....	10
Capítulo II: Análisis del entorno	11
2.1. Análisis del Macroentorno	11
2.1.1. Del País	11
2.1.1.1. Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes.	11
2.1.1.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.....	12
2.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.....	15
2.1.1.4. PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.	16
2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.	19
2.1.2. Del Sector.....	20
2.1.2.1. Mercado internacional.....	20
2.1.2.2. Mercado del consumidor.....	21
2.1.2.3. Mercado de proveedores.....	21
2.1.2.4. Mercado competidor.	28
2.1.2.5. Mercado distribuidor.....	29
2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.....	29
2.2. Análisis del Microentorno.....	29
2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.....	29
2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.	30

2.2.3.	Fuerza negociadora de los proveedores.....	31
2.2.4.	Amenaza de productos sustitutos.....	31
2.2.5.	Competidores, potenciales barreras de entrada.....	32
Capítulo III:	Plan estratégico.....	34
3.1.	Visión y misión de la empresa.....	34
3.1.1.	Visión.....	34
3.1.2.	Misión.....	34
3.2.	Análisis FODA.....	35
3.3.	Objetivos.....	36
3.3.1.	Objetivo General.....	36
3.3.2.	Objetivos Específico.....	36
Capítulo IV:	Estudio de Mercado.....	37
4.1.	Investigación de mercado.....	37
4.1.1.	Criterios de segmentación.....	37
4.1.2.	Marco muestral.....	38
4.1.3.	Entrevistas a profundidad.....	39
4.1.4.	Focus Group.....	42
4.2.	Demanda y Oferta.....	55
4.2.1.	Estimación del mercado potencial.....	55
4.2.2.	Estimación del mercado disponible.....	56
4.2.3.	Estimación del mercado efectivo.....	58
4.2.4.	Estimación del mercado objetivo.....	59
4.2.5.	Frecuencia de compra.....	60
4.2.6.	Cuantificación anual de la demanda.....	62
4.2.7.	Estacionalidad.....	62
4.2.8.	Programa de ventas en unidades y valorizado.....	63
4.3.	Mezcla de Marketing.....	67
4.3.1.	Producto.....	67
4.3.2.	Precio.....	72
4.3.3.	Plaza.....	72
4.3.4.	Promoción.....	73
4.3.4.1.	Campaña de lanzamiento.....	73
4.3.4.2.	Promoción para todos los años.....	74
Capítulo V:	Estudio legal y organizacional.....	77

5.1.	Estudio Legal.....	77
5.1.1.	Forma societaria.....	77
5.1.2.	Registro de marcas y patentes.....	78
5.1.3.	Licencias y autorizaciones.....	80
5.1.4.	Legislación laboral.....	81
5.1.5.	Legislación tributaria.....	82
5.1.6.	Otros aspectos legales.....	83
5.1.7.	Resumen del capítulo.....	84
5.2.	Estudio organizacional.....	85
5.2.1.	Organigrama funcional.....	85
5.2.2.	Servicios tercerizados.....	85
5.2.3.	Descripción de puestos de trabajo.....	86
5.2.4.	Descripción de actividades de los servicios tercerizados.....	94
5.2.5.	Aspectos laborales.....	95
Capítulo VI: Estudio técnico.....		99
6.1.	Tamaño del proyecto.....	99
6.1.1.	Capacidad instalada.....	99
6.1.2.	Capacidad utilizada.....	100
6.1.3.	Capacidad máxima.....	101
6.2.	Procesos.....	102
6.2.1.	Diagrama de flujo de proceso de producción.....	102
6.2.2.	Programa de producción.....	118
6.2.3.	Necesidad de materias primas e insumos.....	125
6.2.4.	Programa de compras de materias primas e insumos.....	126
6.2.5.	Requerimiento de mano de obra directa.....	128
6.3.	Tecnología para el proceso.....	128
6.3.1.	Maquinaria.....	129
6.3.2.	Equipos.....	132
6.3.3.	Herramientas.....	140
6.3.4.	Utensilios.....	142
6.3.5.	Mobiliario.....	143
6.3.6.	Útiles de oficina.....	145
6.3.7.	Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.....	147
6.3.8.	Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	148

6.3.9.	Programa de compras posteriores de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.	149
6.4.	Localización	151
6.4.1.	Macro localización.....	151
6.4.2.	Micro localización	152
6.4.3.	Gastos de adecuación	154
6.4.4.	Gastos de servicios	154
6.4.5.	Plano del centro de operaciones.	158
6.4.6.	Descripción del centro de operaciones.....	159
6.5.	Responsabilidad social frente al entorno	160
6.5.1.	Impacto ambiental.....	160
6.5.2.	Con los trabajadores	161
6.5.3.	Con la comunidad	162
Capítulo VII: Estudio Económico y Financiero.....		164
7.1.	Inversiones.....	164
7.1.1.	Inversión en Activo Fijo Depreciable.	164
7.1.2.	Inversión en Activo Intangible.	167
7.1.3.	Inversión en Gastos Pre-Operativos.....	168
7.1.4.	Inversión en Inventarios Iniciales.....	172
7.1.5.	Inversión en capital de trabajo.....	172
7.1.6.	Liquidación del IGV.	176
7.1.7.	Resumen de estructura de inversiones.	177
7.2.	Financiamiento.....	177
7.2.1.	Estructura de financiamiento.	177
7.2.2.	Financiamiento del activo fijo.....	178
7.2.3.	Financiamiento del capital de trabajo.	179
7.3.	Ingresos anuales.....	180
7.3.1.	Ingresos por ventas.....	180
7.3.2.	Recuperación de capital de trabajo.	180
7.3.3.	Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	181
7.4.	Costos y gastos anuales.....	182
7.4.1.	Egresos desembolsables	182
7.4.1.1.	Presupuesto de materias primas e insumos.	182
7.4.1.2.	Presupuesto de Mano de Obra Directa.	184
7.4.1.3.	Presupuesto de costos indirectos.....	185

7.4.1.4.	Presupuesto de gastos de administración.....	186
7.4.1.5.	Presupuesto de gastos de ventas.	189
7.4.2.	Egresos no desembolsables.....	192
7.4.2.1.	Depreciación.	192
7.4.2.2.	Amortización de intangibles.....	193
7.4.2.3.	Gasto por activos fijos no depreciables.....	193
7.4.3.	Costo de producción unitario y costo total unitario.....	194
7.4.4.	Costos fijos y variables unitarios.....	197
Capítulo VIII: Estados financieros proyectados		201
8.1.	Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.	201
8.2.	Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	201
8.3.	Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.....	202
8.4.	Flujo de Caja Operativo.....	203
8.5.	Flujo de Capital.....	204
8.6.	Flujo de Caja Económico.....	204
8.7.	Flujo del Servicio de la deuda.	205
8.8.	Flujo de Caja Financiero.....	205
Capítulo IX: Evaluación económico-financiera		206
9.1.	Cálculo de la tasa de descuento	206
9.1.1.	Costo de oportunidad.....	206
9.1.1.1.	CAPM.....	206
9.1.1.2.	COK propio.....	206
9.1.2.	Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).	207
9.2.	Evaluación económico-financiera.....	207
9.2.1.	Indicadores de Rentabilidad.	207
9.2.1.1.	VANE y VANF.	208
9.2.1.2.	TIRE y TIRF, TIR modificado.....	208
9.2.1.3.	Período de recuperación descontado.....	208
9.2.1.4.	Análisis Beneficio / Costo (B/C).....	209
9.2.2.	Análisis del punto de equilibrio.	209
9.2.2.1.	Costos variables, Costos fijos.....	209
9.2.2.2.	Estado de resultados	211
9.2.2.3.	Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.....	212
9.2.2.4.	Estimación y análisis del punto de equilibrio en soles.	213
9.3.	Análisis de sensibilidad y de riesgo.....	214

9.3.1. Variables de entrada.....	214
9.3.2. Variables de salida.....	214
9.3.3. Análisis unidimensional.....	214
9.3.4. Análisis multidimensional.....	218
9.3.5. Variables críticas del proyecto.....	220
9.3.6. Perfil de riesgo.....	220
Conclusiones.....	221
Recomendaciones.....	222
Bibliografía.....	223
Anexos.....	228
Anexo 1: Formulario de encuesta.....	228
Anexo 2: Planificación y diseño del cuestionario para el Focus Group.....	234
Anexo 3: Planificación y diseño del cuestionario para el entrevista al Especialista 1 ..	234
Anexo 4: Planificación y diseño del cuestionario para el entrevista al Especialista 2 ..	234
Anexo 5: Solicitud de Registro de Marca de Producto	235
Anexo 6: Solicitud de Registro de Nombre Comercial.....	237
Anexo 7: Solicitud de Licencia Municipal de Funcionamiento.....	239
Anexo 8: Solicitud de Defensa Civil	241
Anexo 9: Solicitud de NSO (Notificación Sanitaria Obligatoria) DIGEMID.....	242
Anexo 10: Acta de Inspección para establecimientos de fabricación de cosméticos..	249
Anexo 11: Preparación de cosméticos.....	267
Anexo 12: Fichas Técnicas de Fórmula y preparación revisadas.....	271
Anexo 13: Tablas de necesidad de materias primas por producto	274
Anexo 14: Tabla de Costo de Empaque	274
Anexo 15: Gráficos de Puntos de Equilibrio.....	275

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Composición de la manteca de cacao por 100 gr.</i>	6
Tabla 2 <i>Composición del aceite de oliva.</i>	7
Tabla 3 <i>Composición de la beterraga.</i>	7
Tabla 4 <i>Composición de la sábila.</i>	8
Tabla 5 <i>Composición de la canela en polvo.</i>	9
Tabla 6 <i>Composición de la maicena.</i>	9
Tabla 7 <i>Balanza Comercial.</i>	16
Tabla 8 <i>Resultado PBI, Inflación y desempleo.</i>	16
Tabla 9 <i>Marco Muestral.</i>	38
Tabla 10 <i>Estimación de mercado potencial 2019.</i>	55
Tabla 11 <i>Estimación de mercado potencial.</i>	56
Tabla 12 <i>Estimación de mercado disponible.</i>	57
Tabla 13 <i>Estimación de mercado efectivo, Kit Besamu Beauty.</i>	58
Tabla 14 <i>Estimación de mercado efectivo, resumen.</i>	58
Tabla 15 <i>Estimación de mercado objetivo, Kit Besamu Beauty.</i>	59
Tabla 16 <i>Estimación de mercado objetivo, resumen.</i>	59
Tabla 17 <i>Frecuencia de consumo según la encuesta.</i>	60
Tabla 18 <i>Frecuencia de consumo del Labial.</i>	60
Tabla 19 <i>Frecuencia de consumo del Rimel.</i>	60
Tabla 20 <i>Frecuencia de consumo del Polvos Compactos.</i>	61
Tabla 21 <i>Frecuencia de consumo del Kit Besamu Beauty.</i>	61
Tabla 22 <i>Frecuencia de compra por producto.</i>	61
Tabla 23 <i>Frecuencia de compra conservador por producto.</i>	62
Tabla 24 <i>Cuantificación anual de la demanda.</i>	62
Tabla 25 <i>Estacionalidad mensual.</i>	63
Tabla 26 <i>Valor de Venta de Cada Producto.</i>	63
Tabla 27 <i>Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2020.</i>	64
Tabla 28 <i>Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2021.</i>	64
Tabla 29 <i>Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2022.</i>	65
Tabla 30 <i>Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2023.</i>	65
Tabla 31 <i>Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2024.</i>	66
Tabla 32 <i>Ventas totales por año y por producto.</i>	67
Tabla 33 <i>Precios Besamu Beauty.</i>	72
Tabla 34 <i>Aporte de capital por cada socio.</i>	77

Tabla 35 <i>Formación societaria</i>	78
Tabla 36 <i>Registro de marcas y patentes</i>	79
Tabla 37 <i>Actividades y valorización</i>	81
Tabla 38 <i>Beneficios Laborales</i>	82
Tabla 39 <i>Legislación Tributaria</i>	83
Tabla 40 <i>Resumen del capítulo</i>	84
Tabla 41 <i>Ficha perfil de puesto - Gerente General</i>	86
Tabla 42 <i>Ficha perfil de puesto - Asistente Administrativo</i>	87
Tabla 43 <i>Ficha perfil de puesto - Jefe de Producción</i>	88
Tabla 44 <i>Ficha perfil de puesto - Jefe Comercial</i>	89
Tabla 45 <i>Ficha perfil de puesto - Jefe de Logística</i>	90
Tabla 46 <i>Ficha perfil de puesto - Operario de Producción</i>	91
Tabla 47 <i>Ficha perfil de puesto - Operario de empaque y almacén</i>	92
Tabla 48 <i>Ficha perfil de puesto - Vendedor</i>	93
Tabla 49 <i>Tipo de contrato por puesto</i>	95
Tabla 50 <i>Tipo de contrato de servicios tercerizados</i>	95
Tabla 51 <i>Derechos laborales del Régimen Laboral de la micro y pequeña empresa</i>	96
Tabla 52 <i>Planilla de sueldo mensual, años 2020 – 2024</i>	97
Tabla 53 <i>Planilla de sueldo anual, años 2020 – 2024</i>	97
Tabla 54 <i>Gastos por servicios tercerizados. Años 2020 – 2024</i>	98
Tabla 55 <i>Horario de trabajo por puesto</i>	98
Tabla 56 <i>Cálculo Capacidad Instalada si la máquina trabajara todo el horario laboral</i>	99
Tabla 57 <i>Cálculo Capacidad Instalada</i>	99
Tabla 58 <i>Calculo Capacidad Utilizada Labial</i>	100
Tabla 59 <i>Calculo Capacidad Utilizada Rimel</i>	100
Tabla 60 <i>Calculo Capacidad Utilizada Polvos Compactos</i>	100
Tabla 61 <i>Comparación Acumulada de Gastos de Operario vs Compra de Maquinaria</i> ..	101
Tabla 62 <i>Calculo Capacidad Máxima</i>	101
Tabla 63 <i>Tiempos de Proceso en Minutos</i>	105
Tabla 64 <i>Ficha Técnica de fórmula y elaboración de Rimel</i>	108
Tabla 65 <i>Ficha Técnica de fórmula y elaboración de Polvos Compactos</i>	109
Tabla 66 <i>Ficha Técnica de fórmula y elaboración de Labial</i>	110
Tabla 67 <i>Ficha Técnica de envase de Polvos Compactos</i>	111
Tabla 68 <i>Ficha Técnica de envase de Labial</i>	112
Tabla 69 <i>Ficha Técnica de envase de Rimel</i>	113
Tabla 70 <i>Ficha Técnica del Estuche del KIT</i>	114

Tabla 71 <i>Ficha Técnica de caja individual para Polvos Compactos.</i>	115
Tabla 72 <i>Ficha Técnica de caja individual para Labial.</i>	116
Tabla 73 <i>Ficha Técnica de caja individual para Rimel.</i>	117
Tabla 74 <i>Premisas para el programa de producción.</i>	118
Tabla 75 <i>Programa de producción de Polvos Compactos año 2020.</i>	119
Tabla 76 <i>Programa de producción de Polvos Compactos año 2021.</i>	119
Tabla 77 <i>Programa de producción de Polvos Compactos año 2022.</i>	119
Tabla 78 <i>Programa de producción de Polvos Compactos año 2023.</i>	120
Tabla 79 <i>Programa de producción de Polvos Compactos año 2024.</i>	120
Tabla 80 <i>Programa de producción de Labial año 2020.</i>	121
Tabla 81 <i>Programa de producción de Labial año 2021.</i>	121
Tabla 82 <i>Programa de producción de Labial año 2022.</i>	122
Tabla 83 <i>Programa de producción de Labial año 2023.</i>	122
Tabla 84 <i>Programa de producción de Labial año 2024.</i>	122
Tabla 85 <i>Programa de producción de Rímel año 2020.</i>	123
Tabla 86 <i>Programa de producción de Rímel año 2021.</i>	123
Tabla 87 <i>Programa de producción de Rímel año 2022.</i>	124
Tabla 88 <i>Programa de producción de Rímel año 2023.</i>	124
Tabla 89 <i>Programa de producción de Rímel año 2024.</i>	124
Tabla 90 <i>Resumen Programa de producción anual.</i>	125
Tabla 91 <i>Necesidad de materias primas e insumos para Labial.</i>	125
Tabla 92 <i>Necesidad de materias primas e insumos para Rimel.</i>	125
Tabla 93 <i>Necesidad de materias primas e insumos para Polvos Compactos.</i>	126
Tabla 94 <i>Programa de compras anuales de materias primas, unidades.</i>	126
Tabla 95 <i>Programa de compras anuales de envases, unidades.</i>	127
Tabla 96 <i>Programa de compras anuales de materias primas.</i>	127
Tabla 97 <i>Programa de compras anuales de envases.</i>	127
Tabla 98 <i>Resumen de compras anuales.</i>	128
Tabla 99 <i>Cantidad de Operarios.</i>	128
Tabla 100 <i>Maquinaria de producción.</i>	132
Tabla 101 <i>Equipos para producción</i>	138
Tabla 102 <i>Equipos para administración.</i>	139
Tabla 103 <i>Equipos para ventas</i>	139
Tabla 104 <i>Equipos para producción</i>	139
Tabla 105 <i>Equipos para administración.</i>	139
Tabla 106 <i>Equipos para ventas</i>	140

Tabla 107 <i>Herramientas</i>	141
Tabla 108 <i>Utensilios</i>	143
Tabla 109 <i>Mobiliario para producción</i>	144
Tabla 110 <i>Mobiliario para administración</i>	144
Tabla 111 <i>Mobiliario para ventas</i>	144
Tabla 112 <i>Útiles de oficina para el área de producción</i>	145
Tabla 113 <i>Útiles de oficina para el área administrativa</i>	146
Tabla 114 <i>Útiles de oficina para el área de ventas</i>	146
Tabla 115 <i>Mantenimiento de Maquinaria</i>	147
Tabla 116 <i>Mantenimiento de Equipos</i>	147
Tabla 117 <i>Programa de reposición de herramientas</i>	148
Tabla 118 <i>Programa de reposición de utensilios</i>	148
Tabla 119 <i>Programa de compras posteriores de mobiliario</i>	149
Tabla 120 <i>Programa de compras posteriores de equipos</i>	149
Tabla 121 <i>Compras posteriores de útiles de Oficina</i>	150
Tabla 122 <i>Ponderación de Macro localización</i>	151
Tabla 123 <i>Ponderación de Micro localización</i>	153
Tabla 124 <i>Gastos de Adecuación</i>	154
Tabla 125 <i>Cálculo para el uso de luz</i>	155
Tabla 126 <i>Cálculo para el uso de agua</i>	156
Tabla 127 <i>Gastos de Alquiler</i>	157
Tabla 128 <i>Gastos de responsabilidad social</i>	163
Tabla 129 <i>Activo fijo depreciable</i>	165
Tabla 130 <i>Total Activo fijo</i>	166
Tabla 131 <i>Activo fijos intangibles</i>	167
Tabla 132 <i>Total Activos Intangibles</i>	168
Tabla 133 <i>Amortización de Activos intangibles</i>	168
Tabla 134 <i>Inversión en gastos preoperativos y bienes no depreciables</i>	169
Tabla 135 <i>Inversión en garantía de alquiler de local</i>	169
Tabla 136 <i>Bienes no depreciables</i>	170
Tabla 137 <i>Amortización de gastos preoperativo</i>	171
Tabla 138 <i>Inventarios Iniciales</i>	172
Tabla 139 <i>Inversión en capital de trabajo</i>	173
Tabla 140 <i>Capital de trabajo anual</i>	175
Tabla 141 <i>Liquidación de I.G.V.</i>	176
Tabla 142 <i>Estructura de inversión</i>	177

Tabla 143 Estructura de financiamiento.	177
Tabla 144 Aporte de los socios.	177
Tabla 145 Evaluación de otras entidades financieras.	178
Tabla 146 Datos del Banco SCOTIABANK.	178
Tabla 147 Cronograma de pago de financiamiento anualizado.	179
Tabla 148 Cuotas mensuales del préstamo bancario.	179
Tabla 149 Ingresos por ventas.	180
Tabla 150 Recuperación de capital de trabajo.	180
Tabla 151 Depreciación y valor de Desecho Neto del activo fijo.	181
Tabla 152 Materia prima.	182
Tabla 153 Materia prima.	183
Tabla 154 Materia prima por producto.	183
Tabla 155 Mano de obra directa.	184
Tabla 156 Resumen mano de obra directa.	184
Tabla 157 Resumen costos indirectos de fabricación.	185
Tabla 158 Estado de ganancias y pérdidas para los CIF.	185
Tabla 159 CIF material indirecto.	186
Tabla 160 Costos indirectos de fabricación con IGV.	186
Tabla 161 Planilla administrativa.	186
Tabla 162 Materiales de oficina.	186
Tabla 163 Servicios área administrativa.	187
Tabla 164 Responsabilidad social.	187
Tabla 165 Resumen gastos administrativos.	188
Tabla 166 Gastos administrativos para el estado de ganancias y pérdidas.	189
Tabla 167 Gastos administrativos Flujo de caja.	189
Tabla 168 Planilla de ventas.	189
Tabla 169 Materiales de oficina.	190
Tabla 170 Servicios del área de ventas.	190
Tabla 171 Publicidad incurrida.	190
Tabla 172 Gastos de ventas para el EGP.	191
Tabla 173 Gastos de ventas para el EGP.	192
Tabla 174 Gastos de ventas para el Flujo de caja.	192
Tabla 175 Depreciación Activos Fijos.	192
Tabla 176 Amortización intangibles.	193
Tabla 177 Totalizado de egresos no desembolsables.	193
Tabla 178 Costo de producción unitaria.	194

Tabla 179	<i>Márgenes unitarios</i>	195
Tabla 180	<i>Costos de producción para el kit</i>	195
Tabla 181	<i>Costos de producción para los polvos compactos</i>	196
Tabla 182	<i>Costos de producción para el labial</i>	196
Tabla 183	<i>Costos de producción para el Rimel</i>	197
Tabla 184	<i>Tabla resumen de costos unitarios</i>	197
Tabla 185	<i>Margen de contribución expresado en soles</i>	198
Tabla 186	<i>Costos fijos y variables por el kit</i>	198
Tabla 187	<i>Costos fijos y variables por los polvos compactos</i>	199
Tabla 188	<i>Costos fijos y variables para el labial</i>	199
Tabla 189	<i>Costos fijos y variables para el Rimel</i>	200
Tabla 190	<i>Estructura de precios</i>	201
Tabla 191	<i>Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros</i>	201
Tabla 192	<i>Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal</i>	202
Tabla 193	<i>Flujo de caja operativo</i>	203
Tabla 194	<i>Flujo de caja capital</i>	204
Tabla 195	<i>Flujo de caja económico</i>	204
Tabla 196	<i>Flujo del servicio de la deuda</i>	205
Tabla 197	<i>Flujo de caja financiero</i>	205
Tabla 198	<i>Modelo CAPM</i>	206
Tabla 199	<i>Costo de Oportunidad Propio</i>	207
Tabla 200	<i>Costo de la Deuda</i>	207
Tabla 201	<i>Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)</i>	207
Tabla 202	<i>Flujos de caja económico y financiero</i>	208
Tabla 203	<i>Periodo de recuperación descontado económico</i>	209
Tabla 204	<i>Periodo de recuperación descontado financiero</i>	209
Tabla 205	<i>Punto de Equilibrio – KIT Besamu Beauty</i>	210
Tabla 206	<i>Punto de Equilibrio – Polvos Compactos</i>	210
Tabla 207	<i>Punto de Equilibrio – Labial</i>	211
Tabla 208	<i>Punto de Equilibrio – Rímel</i>	211
Tabla 209	<i>Estado de Resultados – Costeo Directo – KIT Besamu Beauty</i>	212
Tabla 210	<i>Estado de Resultados – Costeo Directo – Polvos Compactos</i>	212
Tabla 211	<i>Estado de Resultados – Costeo Directo – Labial</i>	212
Tabla 212	<i>Estado de Resultados – Costeo Directo – Rímel</i>	212
Tabla 213	<i>Punto de Equilibrio</i>	213
Tabla 214	<i>Punto de Equilibrio</i>	213

Tabla 215 Ventas vs Punto de Equilibrio.....	213
Tabla 216 Variables de Entrada.....	214
Tabla 217 Variables de Salida.....	214
Tabla 218 Análisis de sensibilidad de Demanda – KIT Besamu Beauty.....	214
Tabla 219 Análisis de sensibilidad de Demanda – Polvos Compactos.....	215
Tabla 220 Análisis de sensibilidad de Demanda – Labial.....	215
Tabla 221 Análisis de sensibilidad de Demanda – Rímel.....	215
Tabla 222 Análisis de sensibilidad - Variable Precio – Kit Besamu.....	216
Tabla 223 Análisis de sensibilidad - Variable Precio - Polvos Compactos.....	216
Tabla 224 Análisis de sensibilidad - Variable Precio – Labial.....	216
Tabla 225 Análisis de sensibilidad - Variable Precio – Rímel.....	216
Tabla 226 Análisis de sensibilidad – Costos Materia Prima.....	217
Tabla 227 Análisis de sensibilidad - Costo MOD.....	217
Tabla 228 Análisis de sensibilidad - Costo CIF.....	218
Tabla 229 Análisis multidimensional.....	218
Tabla 230 Comparativo de escenarios.....	219

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Logo de Besamu Beauty.....	3
<i>Figura 2.</i> Besamu Beauty.....	3
<i>Figura 3.</i> Modelo CANVAS.....	5
<i>Figura 4.</i> Carbón Activado.....	8
<i>Figura 5.</i> Censo 2017.....	11
<i>Figura 6.</i> Tasa de crecimiento al 2017.....	12
<i>Figura 7.</i> Estadística poblacional 2018.....	13
<i>Figura 8.</i> Población económicamente activa.....	14
<i>Figura 9.</i> Evolución del ingreso real promedio per cápita mensual.....	15
<i>Figura 10.</i> Producto Bruto Interno.....	17
<i>Figura 11.</i> Tasas de inflación anual.....	17
<i>Figura 12.</i> Tipo de cambio e intervención cambiaria.....	18
<i>Figura 13.</i> Tasas de interés intercambiaria en soles y dólares.....	19
<i>Figura 14.</i> Tasas de interés corporativa en soles y dólares.....	19
<i>Figura 15.</i> Decreto legislativo N° 1345.....	20
<i>Figura 16.</i> Países con mayor exportación de cosméticos.....	21
<i>Figura 17.</i> Países consumidores de maquillaje y cosméticos.....	21
<i>Figura 18.</i> Logo de Nobex Agroindustrial.....	22
<i>Figura 19.</i> Logo de Acaville.....	22
<i>Figura 20.</i> Logo de Namaskar SAC.....	22
<i>Figura 21.</i> Logo de Percacao SAC.....	23
<i>Figura 22.</i> Logo de Runaq.....	23
<i>Figura 23.</i> Logo de Aromas del Perú SAC.....	23
<i>Figura 24.</i> Insuquímica SAC.....	24
<i>Figura 25.</i> Logo de Quiminet.com.....	24
<i>Figura 26.</i> Logo de AC Apicenter.....	25
<i>Figura 27.</i> Logo de Fratello.....	25
<i>Figura 28.</i> Logo de Biovea Perú.....	25
<i>Figura 29.</i> Logo de AgroSelect Perú.....	26
<i>Figura 30.</i> Logo de Vergara S.A.....	26
<i>Figura 31.</i> Logo de Reicolite Peruana S. A.....	26
<i>Figura 32.</i> Estuche Polvos Compactos Reicolite Peruana S. A.....	27
<i>Figura 33.</i> Envase Labial Reicolite Peruana S. A.....	27
<i>Figura 34.</i> Logo de Empresa CARVinsa.....	27

<i>Figura 35.</i> Logo de RUFIPACKS.	28
<i>Figura 36.</i> Competidores.....	30
<i>Figura 37.</i> Pestañas postizas.....	32
<i>Figura 38.</i> Labios tatuados.....	32
<i>Figura 39.</i> Análisis FODA.....	35
<i>Figura 40.</i> Fórmula para el tamaño de muestra.	38
<i>Figura 41.</i> Dermatóloga Rina Santos.....	39
<i>Figura 42.</i> Químico Julio Ramírez.....	41
<i>Figura 43.</i> Focus Group	44
<i>Figura 44.</i> Rango de edades de la encuesta.....	45
<i>Figura 45.</i> Lugar de residencia.	45
<i>Figura 46.</i> Rango de ingresos mensuales.....	46
<i>Figura 47.</i> Uso de maquillaje.....	46
<i>Figura 48.</i> Frecuencia de compra de Labial.	47
<i>Figura 49.</i> Frecuencia de compra de Rímel.	47
<i>Figura 50.</i> Frecuencia de compra de Polvos Compactos.	48
<i>Figura 51.</i> Gastos en Labial.	48
<i>Figura 52.</i> Gastos en Polvos Compactos.	49
<i>Figura 53.</i> Gastos de Rímel.	49
<i>Figura 54.</i> Lugar de compra de maquillaje.	50
<i>Figura 55.</i> Factores que influyen en la decisión de compra maquillaje.	50
<i>Figura 56.</i> Marcas de maquillaje.	51
<i>Figura 57.</i> Disposición a probar nueva marca de maquillaje.	51
<i>Figura 58.</i> Insumos naturales en maquillaje.	52
<i>Figura 59.</i> Compraría Kit Besamu Beauty.	52
<i>Figura 60.</i> ¿Cuánto está dispuesto a pagar por nuestro KIT BESAMU BEAUTY?.....	53
<i>Figura 61.</i> Presentación de nuestro Kit Besamu Beauty.....	53
<i>Figura 62.</i> Frecuencia de compra de nuestro Kit Besamu Beauty.....	54
<i>Figura 63.</i> Lugar para compra nuestro Kit Besamu Beauty.	54
<i>Figura 64.</i> En que medios de comunicación desean saber del Kit.	55
<i>Figura 65.</i> Logotipo Besamu Beauty.....	68
<i>Figura 66.</i> Polvos compactos.....	68
<i>Figura 67.</i> Rímel.....	69
<i>Figura 68.</i> Labial.....	69
<i>Figura 69.</i> Kit Besamu Beauty.	70
<i>Figura 70.</i> Presentación Polvos Compactos Besamu Beauty.....	70

<i>Figura 71.</i> Labial Besamu Beauty.....	71
<i>Figura 72.</i> Rímel Besamu Beauty.....	71
<i>Figura 73.</i> Plaza Besamu Beauty.....	72
<i>Figura 74.</i> Promoción Besamu Beauty.....	73
<i>Figura 75.</i> Logo Montalvo Spa.....	74
<i>Figura 76.</i> Logo Soho color.....	74
<i>Figura 77.</i> Día de la mujer.....	74
<i>Figura 78.</i> Día de la madre.....	75
<i>Figura 79.</i> Fiestas Patrias Perú.....	75
<i>Figura 80.</i> Navidad.....	75
<i>Figura 81.</i> Organigrama Besamu Beauty.....	85
<i>Figura 82.</i> Diagrama de proceso de producción de Productos.....	102
<i>Figura 83.</i> Sub Proceso Mezcla de Insumos.....	103
<i>Figura 84.</i> Diagrama de Simulación – Labial.....	106
<i>Figura 85.</i> Diagrama de Simulación – Rímel.....	106
<i>Figura 86.</i> Diagrama de Simulación - Polvos Compactos.....	107
<i>Figura 87.</i> Logo de SHIBANG PERU.....	128
<i>Figura 88.</i> Llenadora de lápiz labial 12 bocas LS01-EC.....	129
<i>Figura 89.</i> Datos de Maquina.....	129
<i>Figura 90.</i> Especificaciones Técnicas.....	129
<i>Figura 91.</i> Llenadora de Rimel MA 02.....	130
<i>Figura 92.</i> Datos de Maquina.....	130
<i>Figura 93.</i> Especificaciones Técnicas.....	130
<i>Figura 94.</i> Compactadora de polvo compacto spd07s-sa.....	131
<i>Figura 95.</i> Datos de Maquina.....	131
<i>Figura 96.</i> Especificaciones Técnicas.....	131
<i>Figura 97.</i> Balanza Digital.....	132
<i>Figura 98.</i> Balanza Digital.....	132
<i>Figura 99.</i> Mini Refrigerador.....	133
<i>Figura 100.</i> Estante.....	133
<i>Figura 101.</i> Mesa de trabajo.....	134
<i>Figura 102.</i> Laptop Portátil.....	134
<i>Figura 103.</i> Computadora de Escritorio.....	135
<i>Figura 104.</i> Impresora Multifuncional.....	135
<i>Figura 105.</i> Equipos Móviles.....	136
<i>Figura 106.</i> Botiquín de Primeros Auxilios.....	136

<i>Figura 107.</i> Extintor.	136
<i>Figura 108.</i> Luces de Emergencia.	137
<i>Figura 109.</i> Microondas.....	137
<i>Figura 110.</i> Cafetera.....	138
<i>Figura 111.</i> Dispensador de Agua.	138
<i>Figura 112.</i> Set de Herramientas.	140
<i>Figura 113.</i> Destornillador Manual.	140
<i>Figura 114.</i> Escalera.	141
<i>Figura 115.</i> Linterna Manual.	141
<i>Figura 116.</i> Palas de acero inoxidable.....	142
<i>Figura 117.</i> Tappers.	142
<i>Figura 118.</i> Espátulas.....	142
<i>Figura 119.</i> Kit Uniforme.	143
<i>Figura 120.</i> Escritorios más sillas giratorias.	143
<i>Figura 121.</i> Mesa de comedor más sillas.	144
<i>Figura 122.</i> Útiles de oficina.....	145
<i>Figura 123.</i> Útiles de oficina.....	145
<i>Figura 124.</i> Mapa del distrito de La Victoria.	152
<i>Figura 125.</i> Perímetro de Micro localización.	153
<i>Figura 126.</i> Tarifario vigente.	156
<i>Figura 127.</i> Layout, plano de operaciones.....	158
<i>Figura 128.</i> Interiores del local.	159
<i>Figura 129.</i> Interiores del local.	159
<i>Figura 130.</i> Interiores del local.	160
<i>Figura 131.</i> Colores en el reciclaje.....	161
<i>Figura 132.</i> Colores en el reciclaje.....	161
<i>Figura 133.</i> Violencia contra la mujer.	162
<i>Figura 134.</i> Estructura de financiamiento.	178

Resumen Ejecutivo

La industria de los cosméticos es un sector de rápido crecimiento, Nuestro producto Kit Besamu Beauty, aprovecha la necesidad de las mujeres buscan lucir bien sin maltratar su piel y/o que no puedan usar los cosméticos tradicionales por tener alguna afección de la piel.

Nuestro proyecto tiene como razón social Compañía de Cosméticos Naturales Besamu Beauty S.A.C., Besamu, por la unión de las primeras silabas de belleza saludable para la mujer; mantiene el modelo de negocio B2B.

Nuestro Kit Besamu Beauty, consta de 3 cosméticos esenciales, rímel, labial y los polvos compactos, elaborados a base de insumos naturales como: sábila, vitamina E, Carbón activado, aceite de oliva, entre otros. Cuyos beneficios son que permiten una piel hidratada, no la daña con el uso continuo, permiten su oxigenación que permitirán a las mujeres lucir maquilladas, radiantes y darles la experiencia de sentirse frescas e hidratadas.

Nuestros productos van dirigidos a mujeres de 18 a 55 años de los sectores socioeconómicos A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana. Nuestro centro de operaciones esta estratégicamente ubicado en el distrito de La Victoria- Lima, el cual conecta perfectamente con las zonas a las cuales nos dirigimos.

Nuestros canales de distribución serán a través de tiendas por departamentos, cadenas de farmacias, salones de belleza e internet, teniendo como medios de pago tarjetas y efectivo.

En la entrevista de profundidad presentada, tuvimos las opiniones de una dermatóloga la cual avala el hecho de presentarse problemas por el uso del maquillaje e incluía parte de nuestros insumos como recomendaciones para el uso de sus pacientes; también tuvimos las opiniones de un químico, el profesional resalto el buen empleo de los ingredientes activos con los que cuentan nuestros productos.

En el Focus Group presentado en el segundo informe, nuestro producto fue bastante aceptado, resaltaron mucho el hecho que nuestros productos cuentan con productos naturales y no dañan la piel.

Gracias a nuestras encuestas realizadas pudimos determinar la frecuencia de compra, el lugar donde lo compran y cuanto están dispuestas a invertir, también logramos obtener nuestro mercado objetivo, nuestro programa de ventas, gracias a las encuestas pudimos determinar nuestro marketing mix y nuestra campaña de lanzamiento.

El Estudio Económico Financiero se determinó que se necesitaba un monto de inversión de los cinco socios de S/. 246,970 divididos en partes iguales y una deuda de S/. 85,000 para el activo fijo financiado por el ScotiaBank, que representan el 74.40% y el 25.60% del financiamiento respectivamente.

El Estado de Ganancias y Pérdidas, muestra una tendencia positiva, empezando con una utilidad neta de S/. 80,256 en el primer año a S/. 116,797 al quinto año.

Del Análisis Financiero, obtenemos los siguientes indicadores:

- VANE S/. 193,666 y VANEF S/. 188,139
- TIRE 41.16% y TIREF 46.97% superior al WACC (18.00%) y al COK (19.31%).
- Periodo de recuperación de 2 años y 10 meses.
- Beneficio/Costo Financiero 1.78, lo que significa que se obtiene un beneficio de S/. 0.78 por cada S/ 1.00 invertido.

Capítulo I: Información General

1.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.

1.1.1. Razón Social:

La razón social de nuestra empresa es “Compañía de Cosméticos Naturales Besamu Beauty S.A.C.”.

1.1.2. Nombre del Producto:

El nombre de nuestro producto es **Kit Besamu Beauty**. Besamu proviene de “Belleza Saludable para la Mujer” y “Beauty” que en español significa “Belleza”.



Figura 1. Logo de Besamu Beauty. Elaboración propia.

Presentaciones de nuestro producto:

- Kit Besamu Beauty



Figura 2. Besamu Beauty. Elaboración propia.

1.1.3. Horizonte de Evaluación

Este proyecto tendrá una vida útil de 5 años, del 2020 al 2024, es preciso indicar que el año 2019 será el año 0, considerando que somos una empresa nueva en el mercado con inversión inicial, la vida de los cosméticos y la rentabilidad esperada de los accionistas. Para ello se realizó la investigación y evaluación previa, donde se analizó las principales situaciones, como: activos, flujo de costo ingresos y los beneficios para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor.

1.2. Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.

La Actividad Económica a la cual nos vamos a dirigir es la producción y comercialización de cosméticos naturales para la mujer. Según lo indicado por el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior: La Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) para nuestros cosméticos naturales es la: 5135, comercio al por mayor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador. La partida arancelaria para el labial es la 3304.10.00.00 que corresponde a preparaciones para el maquillaje de labios, la partida arancelaria para el rímel es la 3304.20.00.00 que corresponde a las preparaciones para el maquillaje de ojos y finalmente la partida arancelaria para los polvos compactos es la 3304.91.00.00 que corresponde polvos, incluidos los compactos.

1.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS.

<p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores. • Asociación de productos naturales (IPPN). • Entidades financieras. • Operadores logísticos. • Tiendas por departamento. • Cadena de farmacias • Salones de belleza 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de cosméticos. • Distribución de productos • Promoción del uso de los productos • Compra de insumos a los proveedores 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un kit de cosméticos naturales. • Contribuir con la salud de las mujeres y no maltrate la piel ni el medio ambiente al no utilizar ingredientes tóxicos como químicos derivados del petróleo o metales pesados. • Brindar bienestar con el uso continuo de nuestros productos de origen natural, proporcionando hidratación, elasticidad y frescura a la piel, así como el fortalecimiento y crecimiento de pestañas. 	<p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención para pedidos y reclamos vía telefónica y web. • Consejos y tips por redes sociales. • Servicio post venta. 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demográfico. -Mujeres de 18 a 55 años. • Psicográfico. -Que busquen cuidar su piel y/o tengan la piel sensible a los químicos del maquillaje convencional. • NSE. – A y B • Geográfico. - Zonas 6 y 7 de Lima (Miraflores, La Molina, San Isidro, San Borja, Surco, Jesús María, Lince, Magdalena y San Miguel)
	<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima • Mano de obra • Local • Maquinaria • Recursos Financieros 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Website • Redes Sociales • Cadena de farmacias (Mi Farma-Inkafarma) • Salones de belleza (Montalvo y Soho) • Tienda por departamentos. 	
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos Fijos <ul style="list-style-type: none"> • Sueldos (Administrativos, Supervisores, Operarios, etc.) • Tecnológicos (Servicios en nube, mantenimiento y página web) • Mantenimiento de Maquinaria • Alquiler del Local • Publicidad (Marketing digital, Community manager) • Servicios básicos (luz, agua, internet, telefonía) • Costos Variables <ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima. • Operadores logísticos 			<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banca Digital • Tarjetas Bancarias • Efectivo 	

Figura 3. Modelo CANVAS. Elaboración propia.

1.4. Descripción del producto.

Se comercializará un kit cosmético de belleza natural que consta de 3 productos, rímel, labial y polvo compacto, que están elaborados a base de insumos naturales como es la maicena, el aloe vera, la vitamina E, canela, cacao en polvo, carbón activado, entre otros, los cuales no maltratan la piel con el uso continuo.

Nuestro labial tiene una tonalidad guinda (PANTONE 7421 C), el color particular será dado por la betarraga que incluimos, el rímel será de color negro como única gama de colores, brindado de manera natural con el carbón activado; incluso es posible dormir con el rímel sin causar algún daño a diferencia de otros cosméticos. Los polvos compactos que presentamos son de color medio que se adecua perfectamente a distintos tipos de piel, ya que logra mimetizarse, logramos darle color gracias a la combinación de maicena, cacao y canela.

Nuestros insumos se destacan por la variedad de beneficios que brindan a las pestañas y la piel. Al usarlo se consigue un efecto hidratado y fresco desde la primera aplicación, además que posee un efecto rejuvenecedor con el uso constante. Somos una cosmética natural respetuosa del medio ambiente.

1.4.1. Características del producto

Nuestro kit contiene 3 tipos de cosméticos naturales:

Labial. - Está compuesto por la manteca de cacao, el aceite de oliva, la cápsula de vitamina E, la beterraga aceites esenciales y excipientes.

Tabla 1
Composición de la manteca de cacao por 100 gr.

Composición	Cantidad (gr)	CDR (%)
Kcalorías	899	47%
Carbohidratos	0	0%
Proteínas	0	0%
Fibra	0	0%
Grasas	99.9	187.90%

Nota: Elaboración Vegaffinity.

Tabla 2
Composición del aceite de oliva.

	Valores medios por 100 g	Medición de 14 g
Valor energético	3700KJ/900 kcal	518KJ/126 kcal
Grasas	100 g	14 g
de las cuales		
Saturadas	12 g	1,68 g
Monoinsaturadas	80 g	11,2 g
Poliinsaturadas	8 g	1,2 g
Hidratos de carbono	0 g	0 g
de las cuales		
Proteínas		
Sal		
Vitamina E	30 mg	4,2 mg (35% VRN)
Vitamina A	300 µg	42 µg (5,25% VRN)

Nota: Datos de Vegaffinity.

Tabla 3
Composición de la beterraga.

Composición	Cantidad (gr)	CDR (%)
Kcalorías	46.1	2.40%
Carbohidratos	8.38	2.70%
Proteínas	1.56	3.30%
Fibra	2.58	8.60%
Grasas	0.1	0.20%

Composición	Cantidad (gr)	CDR (%)
Sodio	58	3.60%
Calcio	17	1.40%
Hierro	0.91	11.40%
Magnesio	0	0%
Fósforo	45	6.40%
Potasio	407	20.40%

Vitaminas	Cantidad (mg)	CDR (%)
Vitamina A	0	0.20%
Vitamina B1	0.02	1.70%
Vitamina B2	0.04	3.10%
Vitamina B3	0.32	0%
Vitamina B12	0	0%
Vitamina C	10	11.10%

Nota: Datos de Vegaffinity.

Rímel. - Está compuesto por la sábila, capsula de vitamina E, el carbón activado, aceites esenciales y excipientes.

Tabla 4
Composición de la sábila.

	100 g de Corteza	100 g de Gel
Valor Energético	91,8 Kcal	175,7 Kcal
Fibra Alimentaria	62,34 g	35,47 g
Carbohidratos	11,22 g	26,81 g
De los cuales azúcares		
Proteínas	0,43 g	0,82 g
Lípidos	6,33 g	7,26 g
Oligoelementos	2,71 g	5,13 g
Calcio	2,80 g	4,30 g
Sodio	0,16 g	0,22 g
Potasio	2,60 g	3,41 g
Magnesio	0,46 g	3,41 g
Fófos	0,21 g	0,21 g
Hierro	9,91 mg	15,5 mg

Nota: Datos Aloedesorbas.



Figura 4. Carbón Activado. Denda.

El carbón activado, se obtiene a partir de cáscaras de coco, madera de haya, eucalipto, pino y sauce y se consigue cuando la madera es calentada en ausencia de aire. Sobre esta fórmula, cuando en un laboratorio se busca aumentar su poder de absorción, se llama carbón activado, que es la versión utilizada en cosmética, siendo 100% natural libre de conservantes.

Polvos Compactos. - Están compuestos por la maicena, la canela en polvo, aceite de coco, aceites esenciales y excipientes.

Tabla 5
Composición de la canela en polvo.

Composición	Cantidad (gr)	CDR (%)
Kcalorías	255	13.30%
Carbohidratos	95.5	30.70%
Proteínas	3.89	8.10%
Fibra	54.3	181%
Grasas	3.19	6%
Minerales	Cantidad (mg)	CDR (%)
Sodio	26	1.60%
Calcio	1228	102.30%
Hierro	38.07	475.90%
Magnesio	0	0%
Fósforo	61	8.70%
Potasio	500	25%
Vitaminas	Cantidad (mg)	CDR (%)
Vitamina A	0.03	3.10%
Vitamina B1	0.08	6.70%
Vitamina B2	0.14	10.80%
Vitamina B3	0	0%
Vitamina B12	0	0%
Vitamina C	28.5	31.70%

Nota: Elaboración Vegaffinity

Tabla 6
Composición de la maicena.

Proporción en 100 g de Maicena	
Kilojulios	1594,104 kj
Calorías	381 kcal
Proteína	0,26 g
Grasa	0,05 g
	Grasa Saturada 0,009 g
	Grasa Poliinsaturada 0,025 g
	Grasa Monoinsaturada 0,016 g
Colesterol	0 mg
Carbohidrato	91,27 g
	Fibra 0,9 g
	Azúcar 0 g
Sodio	9 mg
Potasio	3 mg

Nota: FatSecret Platform API

1.4.2. Usos y Beneficios

El kit Besamu Beauty realza la belleza y cuida la piel por tener los siguientes beneficios:

- Al ser insumos 100% naturales, no dañan la piel con el uso continuo.
- Los insumos que usamos en nuestros productos no dañan el medio ambiente al ser biodegradables.
- Permite que la piel siempre esté hidratada.
- Permite que la piel pueda oxigenarse a través de los poros.
- Nuestros insumos no son cancerígenos.

- Permite que mujeres con problemas de afecciones a la piel puedan usarlo sin problemas.
- Nuestros insumos no son derivados del petróleo.
- El kit consta de 3 cosméticos esenciales en el neceser de toda mujer.
- Pueden aplicárselo mujeres en periodo de lactancia y el embarazo.

1.5. Oportunidad de negocio.

De acuerdo a nuestro relevamiento y análisis de información, hemos identificado que al aplicar cosméticos convencionales continuamente deterioran y dañan la piel con su uso diario por los químicos que los componen.

Nuestra oportunidad de negocio está enfocada en la miopía del marketing, ya que actualmente hay un amplio nicho de mercado que mantienen la tendencia por cuidar su piel, prevenir el daño prematuro y el envejecimiento con productos naturales, dado esto encontramos que el maquillaje comercializado en el mercado netamente contiene químicos, muchos de estos perjudiciales, ya que básicamente utilizan en su formulación una mezcla que se preocupa por ofrecer una buena apariencia sin tomar consciencia del daño que pueda causar .

1.6. Estrategia genérica del Negocio.

Nuestra estrategia genérica se basa en la diferenciación desde el 100% natural de nuestra materia prima como valor agregado que procesado es nuestro kit de cosméticos, siendo un producto natural y ecológico por no dañar la capa de ozono, los precios que mantendremos estarán a la par o por debajo de la competencia, y la otra diferenciación que poseemos es que nuestro producto no genera alguna alergia o reacción al contacto con la piel sensible por no contener químicos derivados del petróleo, por el contrario hidrata y rejuvenece a la piel.

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1. Análisis del Macroentorno

2.1.1. Del País

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

El INEI (2018), indica que “El Perú cuenta con una superficie de 1’285,215.6 km² y se encuentra dividido en 24 departamentos y una Provincia Constitucional (Callao), Las 10 ciudades del Perú más importantes, según la población, son Lima, Piura, La Libertad, Arequipa, Cajamarca, Junín, Cusco, Lambayeque y Puno”.

El informe presentado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática del CENSO (2017) “La población total del Perú es de 31 millones 237 mil 385 habitantes, Lima, capital del país, es el departamento con mayor población con un total de 9’320,000(dato aproximado para el año 2018) habitantes”.



Figura 5. Censo 2017. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

América Economía (2018) indica que “Según el ranking de población en América del Sur al año 2017, el Perú es el cuarto país más poblado con 32’252,184 mil habitantes después de Brasil, Colombia y Argentina. A nivel de América Latina,

nuestro país ocupa el séptimo lugar, después de Estados Unidos, Brasil, México, Colombia, Argentina y Canadá”.

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

Tasa de crecimiento

Como podemos apreciar, según los datos históricos manejados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el Perú cuenta actualmente con una población total de 32 millones 162 mil 184 habitantes (datos para el año 2018) con una tasa de crecimiento anual de 1.06 %.

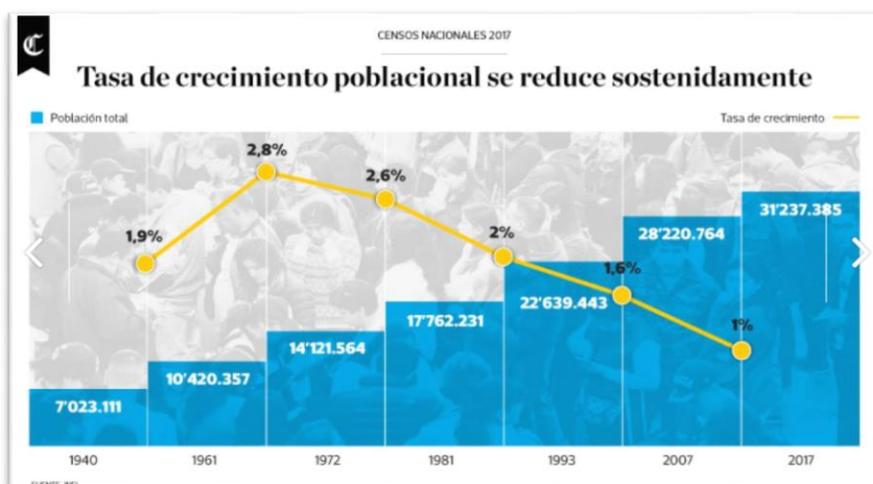


Figura 6. Tasa de crecimiento al 2017. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), rescatado Diario el Comercio.

Pero tenemos datos de consultoras peruanas con IPSOS, en el cual se ha visto una mejora en el crecimiento de la tasa poblacional, aun que los datos no han sido corroborados aun estas son las cifras que se estiman con miras al cierre del 2018.

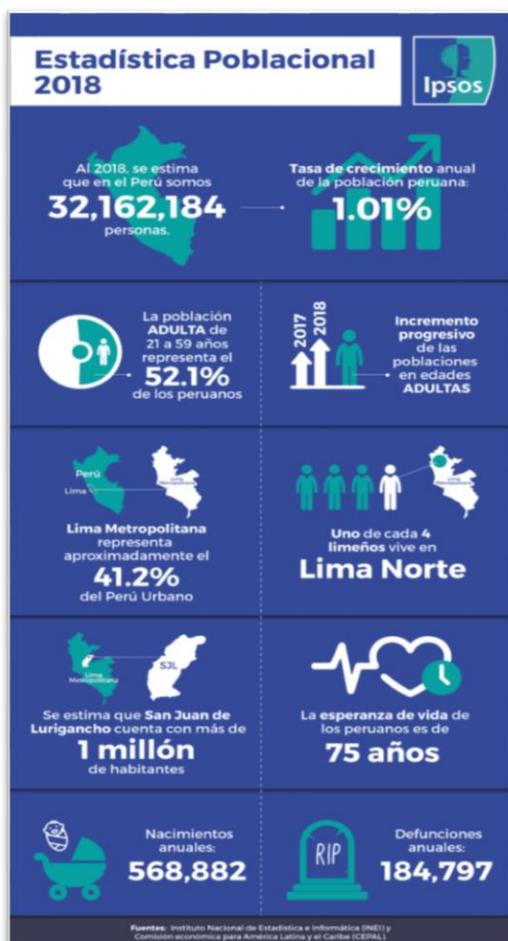


Figura 7. Estadística poblacional 2018. IPSOS.

Población Económicamente Activa

Boletín de Economía laboral (2015), indica que “La población económicamente activa (PEA) es la cantidad de personas insertadas en el mundo laboral, tanto empleados como desempleados, de manera formal e informal, de ambos sexos, con carga y sin carga familiar”.

El Sub jefe de INEI Aníbal Sánchez (2018) indicó que “El CENSO del 2017 se ha incrementado de 57% (CENSO 2007) a 62% (CENSO 2017), cinco puntos porcentuales en estos últimos años, esta información comprende a las personas de 14 años o más edad que empiezan una vida laboral trabajando (ocupados) o buscando activamente un trabajo (desempleados), de acuerdo a los datos recogidos de BCRP”.

Lima Metropolitana:			
 Población Económicamente Activa (miles de personas)			
	2016	2017	Variación (%)
Sexo			
Mujeres	2,796.0	2,819.4	0.8
Hombres	2,347.7	2,385.0	2.6
Grupos de edad			
De 14 a 24 años	1,149.2	1,145.1	-0.4
De 25 a 44 años	2,720.7	2,739.5	0.7
De 45 y más años	1,250.8	1,319.7	5.5
Nivel de educación			
Primaria	390.8	385.4	-1.4
Secundaria	2,418.6	2,494.8	3.2
Superior no universitaria	969.0	990.4	2.2
Superior universitaria	1,342.3	1,333.7	-0.6
TOTAL	5,120.7	5,204.3	1.6

FUENTE: INEI - Encuesta Permanente de Empleo

Figura 8. Población económicamente activa. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Ingreso per cápita

Datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), nos indican que el año 2017 hubo una reducción de 1.5% en los ingresos económicos de los peruanos con respecto al año 2016, expresado en soles de 977.00 a 962.00

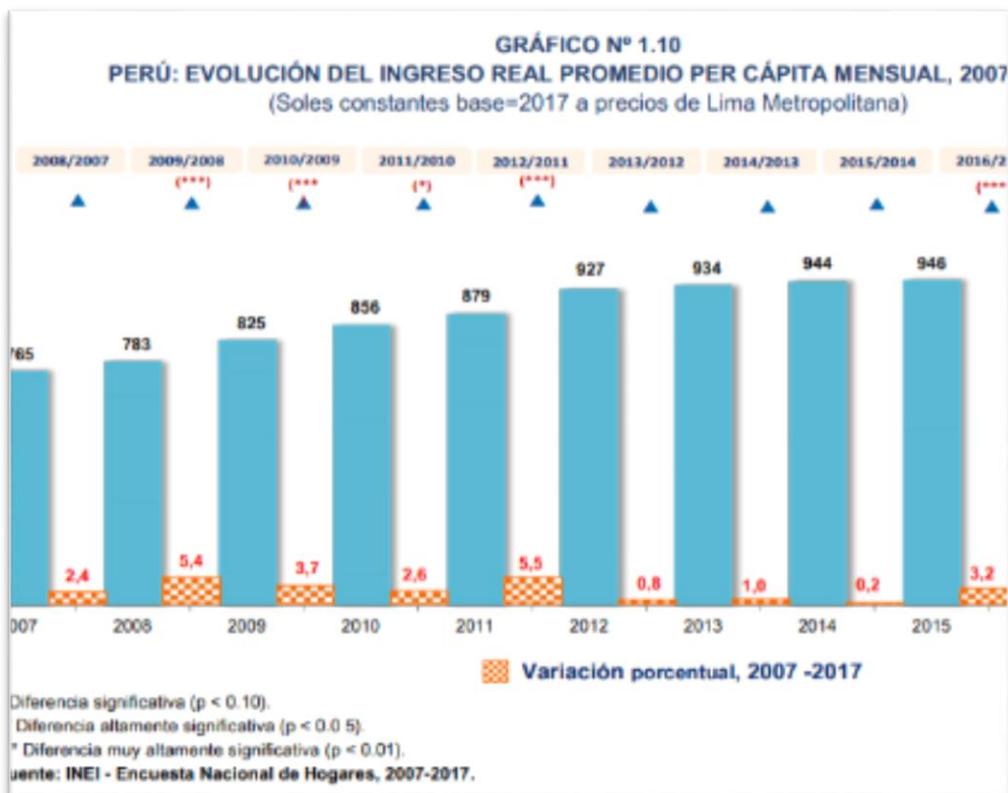


Figura 9. Evolución del ingreso real promedio per cápita mensual. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), rescatado del Diario El Correo.

2.1.1.3. Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

Según los datos expresados por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), se ha registrado un superávit de US\$ 6,266 millones durante el año 2017, el repunte más notable en los últimos 5 años.

Según los datos obtenidos hasta agosto del 2018, La Balanza comercial del país, viene registrando un incremento en relación al año 2017 con tendencia a seguir creciendo.

Tabla 7
Balanza Comercial.

Balanza comercial			
(Millones US\$)			
	Enero-Agosto		
	2017	2018	Var. %
1. Exportaciones	28 169	32 399	15,0
Productos tradicionales	20 718	23 715	14,5
Productos no tradicionales	7 372	8 583	16,4
Otros	80	102	27,6
2. Importaciones	24 917	27 913	12,0
Bienes de consumo	6 006	6 357	5,9
Insumos	11 511	13 751	19,5
Bienes de capital	7 286	7 713	5,9
Otros bienes	115	93	-19,5
3. BALANZA COMERCIAL	3 252	4 486	

Fuente: Sunat y BCRP.
Reporte de la balanza comercial en el periodo Enero-Agosto. (Fuente: BCR)

Nota: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). Rescatado del Diario El Comercio

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

Producto Bruto Interno

Andina, Agencia Peruana de Noticias (2018) indican “Las actividades registradas por el Producto Bruto Interno (PBI), en el primer trimestre del año 2018 tuvo un porcentaje de 3.2%, pero para el segundo trimestre mostro una mejoría de 5.4% durante este periodo, dando paso a la mejora de la inversión privada impulsada por la minería”.

Tabla 8
Resultado PBI, Inflación y desempleo.

Países	PBI (trimestral)		Inflación (anual)		Desempleo (%)	
	Fecha	Actual	Fecha	Actual	Fecha	Actual
Perú	Mar-18	3,20	Jul-18	1,62	Jun-18	6,20
Brasil	Mar-18	1,21	Jul-18	4,48	Jun-18	12,40
México	Jun-18	2,69	Jul-18	4,81	Jun-18	3,39
Chile	Mar-18	4,18	Jul-18	2,70	Jun-18	7,20
Colombia	Mar-18	2,80	Jul-18	3,12	Jun-18	9,08
EEUU	Jun-18	2,80	Jul-18	2,90	Jul-18	3,90
Eurozona	Jun-18	2,20	Jul-18	2,10	Jun-18	8,30
Japón	Jun-18	1,00	Jun-18	0,70	Jun-18	2,40

Nota: Ministerio de Economía y Finanzas del Perú (MEF)

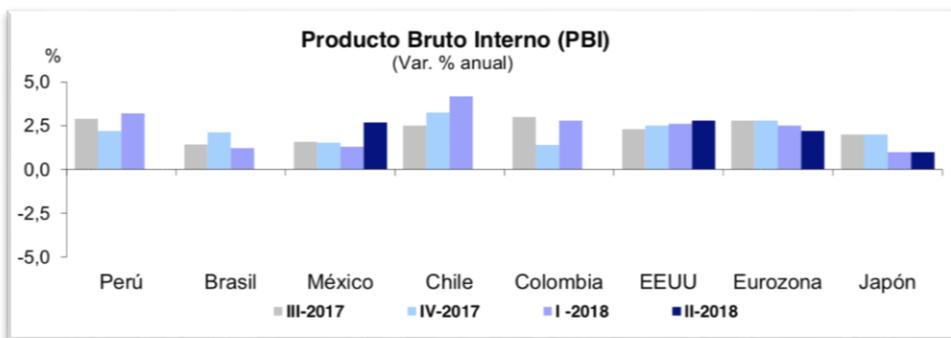


Figura 10. Producto Bruto Interno. Ministerio de Economía y Finanzas del Perú (MEF)

Tasa de inflación

Radio Programas del Perú (2019) informo lo siguiente “La inflación en el Perú para el cierre del año 2018 fue de 2.43%, manteniéndose dentro del rango establecido por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), que va de 1% a 3% durante el año 2018, en julio hubo un incremento de los precios en transportes, alimentos y bebidas, según los informes por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)”.

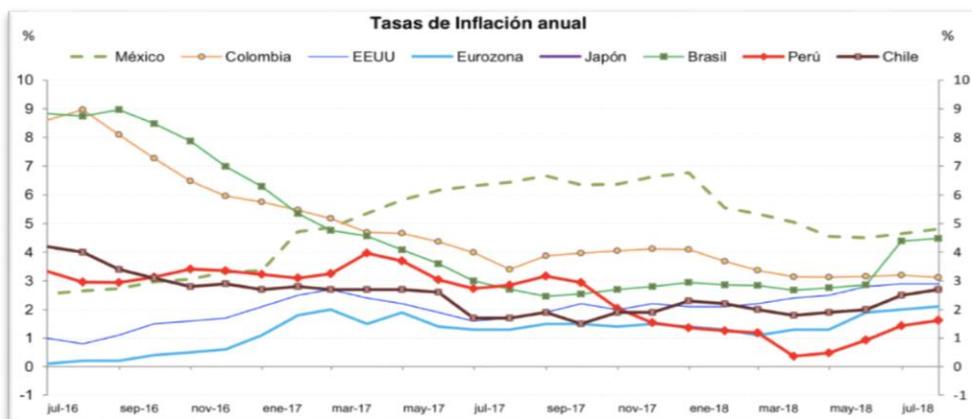


Figura 11. Tasas de inflación anual. Ministerio de Economía y Finanzas del Perú (MEF).

Riesgo país

Diario Gestión (2019) “El riesgo país de Perú cerró la sesión al día de hoy” (05 de abril) “en 98 puntos básicos, ajustado después del cierre, bajando un punto básico respecto al periodo anterior, según el EMBI+ Perú calculado por el banco de inversión JP Morgan”.

Tipo de cambio

La evolución de este año 2019 se ha registrado bajas en el tipo de cambio a diferencia del año 2018 que se registraron hasta un 4.05%.

Diario Gestión (2019) “El día de hoy 22 de marzo de 2019, a las 10:05 de la mañana, el dólar registraba una ligera apreciación de 0.03% a 3.290 en el mercado interbancario, mayor en relación a los 3.290 del cierre del jueves y que fue la cotización más baja en la plaza local desde agosto del 2018”.



Figura 12. Tipo de cambio e intervención cambiaria. Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

Tasa de interés

La tasa de interés es el porcentaje que se abona por una cantidad determinada de un préstamo monetario.

El Banco Central de Reserva del Perú (2018) reportó lo siguiente “El 8 de agosto, la tasa de interés interbancaria en soles fue 2,75 % anual y esta tasa en dólares se ubicó en 2,0 % anual, para el mismo día, la tasa de interés preferencial corporativa la que se cobra a las empresas de menor riesgo en soles fue 3,78 %, mientras que esta tasa en dólares fue 3,10 %”.

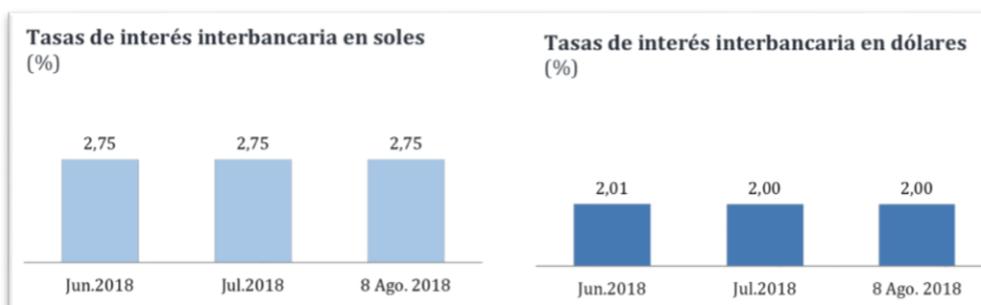


Figura 13. Tasas de interés intercambiaria en soles y dólares. Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

Estos datos fueron recogidos por la nota semanal de banco central de reserva del Perú BCR el día 21 de agosto del año 2018.

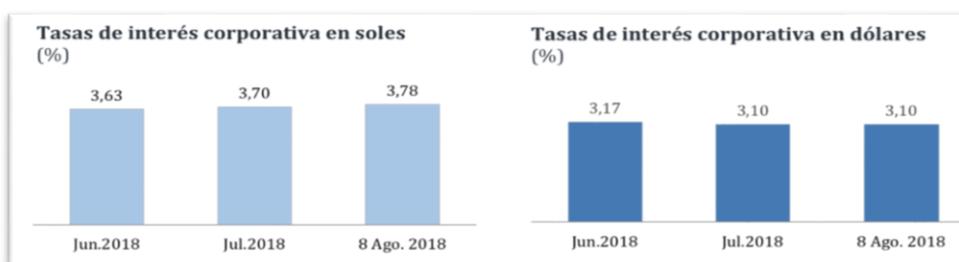


Figura 14. Tasas de interés corporativa en soles y dólares. Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

2.1.1.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

- Ley General de Salud (LEY N° 26842)
- Ley Normas Legales (LEY N° 30506)
- Ley General de Sociedades (LEY N° 26887) (Promulgada el 05/12/1997).
- Ley General del Ambiente (LEY N° 28611).
- Ley Del Sistema Nacional de Gestión Ambiental (LEY N° 28245)

Códigos de protección y defensa al consumidor

Ley de Código de Protección y Defensa del Consumidor (LEY N° 29571).
Determinado como decreto de urgencia N° 061-2010.

Decreto legislativo N° 1345 (promulgado el 6 de enero de 2017)

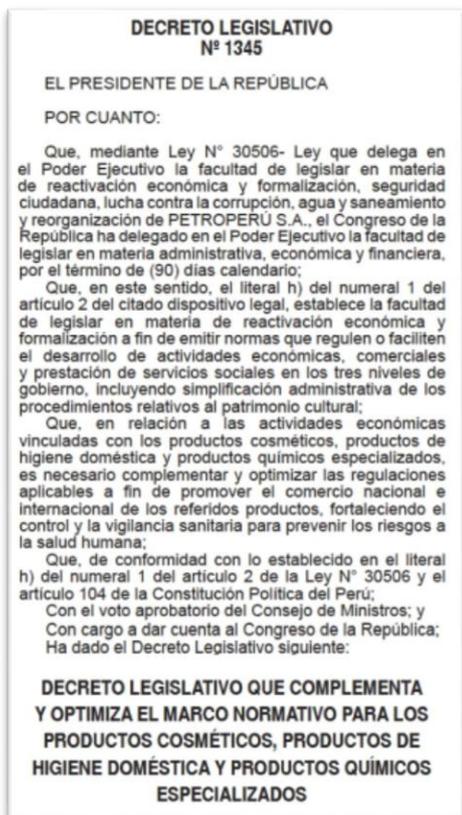


Figura 15. Decreto legislativo N° 1345. Diario Oficial "El Peruano".

2.1.2. Del Sector

2.1.2.1. Mercado internacional.

El mercado de mayor producción y exportación de productos cosméticos se encuentra en Europa, teniendo como principales países productores a Francia, Italia y Alemania.

Una de las empresas más importantes del mercado internacional es L'oreal, con sede principal en Paris, esta empresa genera ingresos de hasta 29 millones de dólares anuales, de los cuales destina el 30 % en mercadotecnia de sus productos.

Nobex: Empresa ubicada en chorrillos, nos proveerá de aceite de oliva. Su poder de negociación será bajo, ya que nuestro país es uno de los principales productores de este producto en América, teniendo una mayor producción en los departamentos de Arequipa, Tacna, Ica y Moquegua.



Figura 18. Logo de Nobex Agroindustrial.

Acaville: Empresa peruana de amplia experiencia, será otro de nuestros proveedores para el aceite de oliva extra virgen.



Figura 19. Logo de Acaville.

Namaskar: Empresa ubicada en San Isidro, nos proveerá de manteca de cacao. Su poder de negociación será bajo, por la cantidad de proveedores de este insumo siendo este también producido en nuestro territorio nacional en los departamentos de San Martín, Junín, Cusco, Ucayali, Huánuco, Ayacucho y Amazonas.



Figura 20. Logo de Namaskar SAC.

Percacao: Empresa peruana que se dedica a la comercialización de productos derivados del cacao orgánico, el cual será otro de nuestros proveedores de manteca de cacao.



Figura 21. Logo de Percacao SAC.

Runaq: Empresa con tiendas en Lima y Provincia, nos proveerá de canela, lamentablemente el Perú no es un gran productor de este insumo y mayormente es importado desde el país Sri Lanka que se encuentra al sur de Asia, pero esta empresa si los produce en dentro de todas sus hectáreas de terrenos, por lo que su poder de negociación será alto.



Figura 22. Logo de Runaq.

Aromas del Perú SAC: Empresa peruana exportadora que viene operando desde 1987, nos proveerá de canela en polvo, betarraga en polvo, aceites esenciales, lecitina de soya, dióxido de titanio y estearato de magnesio.



Figura 23. Logo de Aromas del Perú SAC.

Insuquimica SAC: Compañía peruana comercializadora de insumos químicos que abastece a sectores farmacéuticos y cosméticos, alimenticio y limpieza.

Esta empresa nos proveerá de dióxido de titanio, aceites esenciales, talco cosmético, carbón activado y aloe vera.



Figura 24. Insuquímica SAC.

Quiminet.com: Empresa internacional de ventas online ubicada en el Callao, es quien se encargará de proveernos de la goma de acacia, proveniente de los árboles de acacia, es 100% vegetal, este es uno de los ingredientes de nuestro rímel, también proveerá estearato de magnesio y cera de abeja.



Figura 25. Logo de Quiminet.com.

Ac Apicenter: Empresa peruana familiar ubicada en Lima, con 54 años de experiencia en el mercado quien se encargará de proveernos de cera de abeja, quien tiene un alto contenido de antioxidante y funciona como un hidratante natural, además que posee propiedades emolientes y presenta vitamina A en su composición.



Figura 26. Logo de AC Apicenter.

Fratello: Representada por importaciones Goicochea SAC, empresa peruana que viene operando desde 1982 que nos proveerá de la goma de acacia para la elaboración del rímel.



Figura 27. Logo de Fratello.

Biovea: Empresa de ventas online, nos proveerá de la vitamina E, que es importante para el cuidado de la piel, ya que este permite difuminar las cicatrices, imperfecciones en la piel y nos da protección contra los rayos solares, además de ser un buen antioxidante para nuestras células, esta empresa nos proveerá de capsulas de esta vitamina o en su presentación en aceite, como existen una gran variedad de proveedores de esta vitamina, su poder de negociación seria baja, adicionalmente nos proveerá de polvo de betarraga usado para dar coloración a nuestros productos.



Figura 28. Logo de Biovea Perú.

AgroSelect: Empresa ubicada en La Victoria, nos proveerá de la maicena que es un ingrediente importante, para la elaboración de los polvos compactos, ya

que este ingrediente permite prevenir la irritación, corrige el acné, arrugas y manchas en la piel, especialmente en el rostro, al tener muchos proveedores de este insumo, su nivel de negociación sería bajo.



Figura 29. Logo de AgroSelect Perú.

Vergara SA: Empresa nacional comercializadora de productos alimenticios e industriales quien viene operando desde 1997, será la encargada de proveernos de maicena, lecitina de soya, dióxido de titanio y talco cosmético.



Figura 30. Logo de Vergara S.A.

Reicolite Peruana S.A.: Empresa ubicada en Ate, nos proveerá de los envases de plástico, la cual utilizaríamos para nuestros productos, igualmente, al tener muchas otras alternativas con otros proveedores, hasta podríamos importarlos, tendrían un poder de negociación bajo.



Figura 31. Logo de Reicolite Peruana S. A.



Figura 32. Estuche Polvos Compactos Reicolite Peruana S. A.



Figura 33. Envase Labial Reicolite Peruana S. A.

La empresa elaborará nuestros envases de acuerdo a las dimensiones y especificaciones establecidas y cantidades requeridas en la orden de compra.

CARVinsa, GRUPO COMECA - PERU: Esta empresa está ubicada en Villa el Salvador, y será quien nos proveerá de cajas para embalaje de acuerdo a medidas personalizadas, para los pedidos con gran número de KIT BESAMU.



Figura 34. Logo de Empresa CARVinsa.

RUFIPACKS: Empresa especialista en realizar cajas personalizadas y a medida para productos unitarios, este proveedor nos preparara las cajas para cada producto de venta unitario (Polvo Compacto, Labial y Rimel).



Figura 35. Logo de RUFIPACKS.

2.1.2.4. Mercado competidor.

El Perú no es uno de los principales países productor, siendo este mayormente importado desde el extranjero.

Como competidores directos, existen marcas como L'oreal, Cyzone, Avon, Ebel, Unique, línea de cosméticos de Natura entre otras marcas, que ofrecen un producto similar y están posicionadas en la mayoría de los departamentos del país. Estas al ser importadas, tienen el beneficio de tener ya publicidad y con amplia gama de colores para distintos tonos de piel.

Como productos sustitutos, tenemos como competidores a las clínicas que ofrecen servicio de rejuvenecimiento facial, a través de distintos mecanismos, como rayos láser y/o Botox. Estos no son productos naturales y tiene un resultado no duradero y necesitan de aplicarse periódicamente.

Otro mercado competidor importante, son las empresas que desean ingresar al país, el Perú es un país emergente y muy atractivo de invertir, es por ellos, que empresas como Shiseido, una empresa originaria en Tokio que tiene una gran cantidad de ventas a nivel mundial.

Nuestro producto se diferencia de estos antes mencionados, ya que, a diferencia de estos, no solo nos preocupamos por la apariencia o el maquillaje en sí, sino que, al ser un producto basado en insumos naturales, va realizando un tratamiento a la piel, ayudando a su rejuvenecimiento y cuidado.

2.1.2.5. Mercado distribuidor.

Como canal indirecto de distribución, trabajaremos con distribuidores mayoristas, que tendrá productos tanto de la competencia como la nuestra, Cadenas como Falabella, Cencosud y salones de belleza o Spas.

Nuestros canales de distribución directos serian nuestro portal web, en el cual podrán realizar compras online, y asociación con empresas o personas que presten servicio de consultoría de belleza, los cuales venderían nuestros productos y nosotros le devolveríamos un porcentaje de las ganancias.

Los transportes de nuestros productos serán asumidos inicialmente por nosotros, hasta que el cliente realice el desembolso del costo, en el cual, se les cobrará el monto de transporte que estaría incluido en el costo final.

2.1.2.6. Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

- DS N° 010-97-SA.
- Esta ley tiene como finalidad controlar el registro sanitario y la forma de obtener este registro correctamente.
- Ley N° 29459
- Esta ley, realiza el control de las sustancias activas, excipientes y materiales utilizadas en la elaboración del producto.
- Ley N° 29571
- Esta ley, se encarga de velar los derechos, protección y defensa del consumidor final.

2.2. Análisis del Microentorno

2.2.1. Competidores actuales: Nivel de competitividad.

Nosotros nos presentamos como una opción de productos cosméticos, nuestros productos se encuentran diferenciados por sus ingredientes naturales, ecológicos, que en su contenido incluyen vitaminas y aceites esenciales.

De acuerdo al segmento al cual nos dirigimos, las marcas competidoras que se encuentran son Natura Cosméticos, el cual trabaja con ingredientes naturales y orgánicos, Unique, Maybelline, L'Oreal, Avon, Esika y productos de catálogos peruanos; estos últimos con una gran cantidad de químicos añadidos.

En conclusión, el mercado del maquillaje es bastante amplio y variado, dado ello tenemos una gran cantidad de competidores establecidos en el mercado, el cual genera un alto nivel de fuerza competitiva.



Figura 36. Competidores. Elaboración propia.

2.2.2. Fuerza negociadora de los clientes.

Nuestras clientas están representadas por aquellas mujeres que buscan tener un buen aspecto sin dañar su piel y que a la vez busquen un cuidado y nutrición para la misma.

Nuestro tipo de clientes son mujeres de 18 a 55 años, el nivel socioeconómico está enfocado en el A y B. Nos presentamos como alternativa en

maquillaje de fabricación natural el cual no es agresivo para la piel, además guardamos un cuidado especial por el medio ambiente.

Según estudios de Ainia el consumidor con conciencia global activista es en su mayor parte femenino representando el 55%, con edad promedio de 40 años, valora la calidad del producto que generen un bajo impacto en el medio ambiente.

El 53% se interesa por productos ecológicos, naturales y sostenibles, cabe resaltar que el 37% está dispuesto a pagar más dinero por estas características añadidas.

Dado ello las compras de nuestros productos se verían influenciadas por la calidad ofrecida, el precio, los beneficios que otorga y las promociones a ofertar. Actualmente el mercado es cada vez más exigente y busca optar por productos naturales, hipoalergénicos que contengan beneficios adicionales y que a la vez sea de bajo impacto para el medio ambiente, considerando estos factores positivos como también la diversidad de marcas de maquillaje en el mercado, podemos determinar que nuestros clientes tienen un mediano poder de negociación.

2.2.3. Fuerza negociadora de los proveedores.

Las materias primas requeridas no son escasas y las podemos encontrar a muy bajo precio, las vitaminas y aceites esenciales los tenemos incluso hasta en las cadenas de farmacia.

Los productos complementarios a la fabricación los compraremos de Recoilite Peruana S.A. y la empresa Amfora Packaging S.A., Perupac S.A.C. para los envases, los proveedores de los insumos y artículos a usar son de bajo poder de negociación debido a la alta oferta que existe en el mercado.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

Al hablar de maquillaje, es un tema bastante diferenciado ya que bien se usa maquillaje o no se usa, por lo tanto, pueden ser sustituidos por el maquillaje convencional.

Por otro lado, existe un tipo de maquillaje no convencional que es el maquillaje permanente, realizado a través de pigmentaciones muy parecida a los tatuajes dados el caso para los labios y también las pestañas postizas que reemplazan en cierta manera el efecto del rímel.



Figura 37. Pestañas postizas. Ellahoy



Figura 38. Labios tatuados. Clínica Renova.

2.2.5. Competidores, potenciales barreras de entrada.

Contamos con pocas barreras de ingreso, que impidan el ingreso de nuevos competidores. Para generar una diferenciación contra los competidores, pensamos ir de la mano con la innovación constante aplicando el marketing mix.

En cuanto a las barreras de ingreso que podamos presentar dado los competidores existentes en el mercado y debido a la amplitud de este, tenemos:

Diferenciación del producto: Debido a que somos una empresa nueva podemos presentar problemas de diferenciación frente a otros ya establecidos en el mercado, ya que algunos clientes ya se encuentran fidelizados a ellos.

Economías de escala: Dado a que somos una empresa nueva inicialmente nuestra producción de kit de belleza no será tanta a comparación de empresas ya constituidas y conocidas mundialmente, lo cual debemos buscar maneras de reducir costos debido a que no tendrías una amplia escala de producción.

Acceso a los canales de distribución: Debido a que hay productos reconocidos mundialmente y amplio respaldo por el público nos podríamos ver rechazados y necesitamos de una mayor inversión para hacernos más conocidos y lograr una mejor distribución de estos.

En general, el sector cosmético es muy competitivo puesto que está dominado por las grandes marcas internacionales, a pesar de ello es un sector que siempre mantiene perspectivas de crecimiento. Se espera que la industria de la cosmética natural crecerá para 2020 como consecuencia del incremento del poder adquisitivo de los peruanos y la existencia de una demanda latente en el país por productos con una composición más natural.

En los países que conforman la Comunidad Andina, dentro de ellos Perú el comercio de productos cosméticos está regulado por la Decisión 516 y las Resoluciones 797,1333, 1418 y 1482.13 Para poder comercializar, importar o fabricar productos cosméticos es necesario gestionar la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO).

Capítulo III: Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa.

3.1.1. Visión

Posicionarnos en la mente de la mujer como una de las principales marcas dentro de la cosmética natural en el país, a través de nuestros productos de origen natural, ecológico y de la más alta calidad.

3.1.2. Misión

Somos Besamu Beauty una empresa comprometida con el bienestar y la imagen de la mujer de hoy; trabajadora, empoderada, madre, amiga, hermana, hija; dándole a conocer los beneficios de usar nuestros cosméticos naturales que realcen su belleza inherente y a la vez sentir un rostro saludablemente fresco.

3.2. Análisis FODA.

FACTORES EXTERNOS		
<u>Fortalezas - F</u>		<u>Debilidades - D</u>
F1. Productos de composición natural, que no deteriora la piel. F2. Presentación única y novedosa. F3. Insumos abundantes y de producción nacional y de precios bajos. F4. Conocimiento del mercado. F5. Personal capacitado, motivado y comprometido. F6. Disponibilidad de recursos financieros F7. Capital de trabajo F8. Investigación de mercado		D1. Marca nueva, aún no reconocida. D2. Fuerte competencia en el rubro de belleza. D3. Ser una empresa pequeña con poco capital en comparación con las empresas consolidadas. D4. Falta de publicidad en medios masivos de comunicación como la televisión y radio.
FACTORES INTERNOS		
<u>Oportunidades - O</u>	<u>Estrategias FO</u>	<u>Estrategias DO</u>
O1. Tendencia de usar productos naturales y ecológicos. O2. Incremento en el consumo de productos de belleza y salud en el país. O3. Cubrir el nicho de clientes que por sufrir algún tipo de afección de la piel no consumen productos cosméticos. O4. Potenciales alianzas estratégicas con empresas de productos relacionados posicionadas en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar las ventajas de los cosméticos que cuidan la piel. (F1, O1, O3) • Aprovechar el posicionamiento de otras empresas para promocionar nuestros productos, nuestros costos bajos nos proporcionan margen de negociación. (F3, F2, O4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar un kit original de maquillaje de base natural y eco amigable. (D1, O2, O3)
<u>Amenazas - A</u>	<u>Estrategias FA</u>	<u>Estrategias DA</u>
A1. Nuevos competidores con productos similares. A2. Campañas agresivas de la competencia para deslegitimar o restar importancia a los beneficios de nuestro producto. A3. Nuevas leyes que sean más rigurosas con respecto a los productos naturales.	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el bajo costo y abundancia de insumos para mantener un abastecimiento constante. (F3, A1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de redes sociales para dar a conocer como una empresa comprometida con la belleza y bienestar de las mujeres, informando los beneficios del uso de productos naturales. (D5, A2)

Figura 39. Análisis FODA. Elaboración propia en base al análisis de nuestro producto.

3.3. Objetivos.

3.3.1. Objetivo General

Lograr ser una marca reconocida dentro del mercado nacional de productos de belleza en los segmentos A y B.

3.3.2. Objetivos Específico

- Identificar y clasificar todos los proveedores.
- Implementar políticas de producción y control de calidad.
- Cumplir las regulaciones de sanidad y de seguridad.
- Alcanzar la meta de 10,000 seguidores en redes sociales el primer año.
- Alcanzar la distribución continua a 200 salones de belleza el primer semestre.
- Destinar el 10% de los ingresos en publicidad y marketing en el primer semestre.

Capítulo IV: Estudio de Mercado

4.1. Investigación de mercado

4.1.1. Criterios de segmentación.

Criterio Geográfico

Para segmentar nuestro público objetivo, la segmentación geográfica de nuestro producto está dirigida a los segmentos A y B, que corresponde a la zona 6 y 7 de Lima (Santiago de Surco, La Molina, Miraflores, San Isidro, San Borja, Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel).

Criterio Demográfico

Nuestro producto está dirigido a MUJERES en edad de 18 a 55 años, que desean cuidar su piel.

Criterio Socioeconómico

En el criterio nos enfocaremos en los niveles socioeconómicos A y B.

Criterio Psicográfico

Mujeres estudiantes, trabajadoras, dependientes e independientes que tiendan a cuidarse.

Criterio Conductual

Mujeres que buscan tener una mejor presentación personal, pero tienen tiempos muy limitados y necesitan productos que realcen su belleza y a la vez les nutra y cuide la piel.

4.1.2. Marco muestral.

Para obtener la muestra se usará la fórmula:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde
 Z = nivel de confianza,
 P = probabilidad de éxito, o proporción esperada
 Q = probabilidad de fracaso
 D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Figura 40. Fórmula para el tamaño de muestra.

$$N = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} = 393$$

El tamaño de nuestra muestra es 393 a continuación mostramos el cuadro de encuestas a realizar por distrito de la zona 6 y 7 (Santiago de Surco, La Molina, Miraflores, San Isidro, San Borja, Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel).

Tabla 9
 Marco Muestral.

Distrito	Población 2019 (proyección)	Mujeres 18 a 55 años	NSE A	NSE B	Total NSE A y B	Mercado Potencial
Jesús María	77.1					18.38
Lince	53.9					12.87
Magdalena del Mar	58.6		14.9%	59.3%	74.2%	13.98
San Miguel	144.9					34.58
La Molina	183.1	32.15%				47.63
Miraflores	88.5					23.01
San Borja	120.2		34.9%	46.0%	80.9%	31.26
San Isidro	58.6					15.24
Santiago de Surco	367.7					95.63
Total	1,152.6					292.57

Nota: Fuente de datos CPI e INEI

4.1.3. Entrevistas a profundidad.

Entrevista N° 1: DERMATOLOGA



Figura 41. Dermatóloga Rina Santos

Perfil del Especialista

Nombre: Rina Luisa Santos Anaya

Profesión: Dermatóloga

Experiencia: Más de 20 años de experiencia en el sector público y privado. Graduada de Universidad Nacional Mayor de “San Marcos”, realizó su residencia en el Hospital Nacional “Dos de mayo” y en el Hospital “NAVAL”, Actualmente labora en el sector privado.

Fecha de Entrevista: miércoles 10 de abril del 2019.

Enlace de la Entrevista: <https://youtu.be/okobJ9IQBow>

Objetivos:

- Saber cómo la cosmética tradicional ha repercutido en la piel de las mujeres en los últimos años.
- Conocer la valoración acerca de la nueva propuesta de cosméticos con insumos naturales.

Uso masivo de cosméticos con insumos químicos y sus efectos más frecuentes:

- Como nos indica la Doctora, el maquillaje con alto contenido químico ha desencadenado reacciones secundarias con dermatitis, aun con los denominado “para el tipo de PH”, “piel sensible” se ha observado proceso alérgico que han

sido tratables, no se ha conocido actualmente que se halla llega a desarrollar cáncer, pero si se ha encontrado que han reaccionado a la resequedad.

Acerca del uso de cosméticos con insumos naturales:

- Explicamos a la Doctora acerca de la presentación de **KIT BESAMU BEAUTY**, que queremos presentar como una propuesta de cuidado y belleza para la mujer actual que no tiene tiempo de realizarse tratamientos para el cuidado de la piel del rostro, con este kit se estaría maquillando y a la vez cuidando la piel del rostro, las pestañas y los labios, nutriéndolos y realizando su belleza.
- Nos indica que la mantequilla de cacao se usa en la parte dermatológica es muy beneficiosa por que ayuda a aliviar resequedad, por que absorbe sus propiedades, ayudando a limpiar los poros, incluso los pacientes que llegan a su consultorio lo usa en su forma natural, en el caso del aceite de olivo, que también ayuda a la resequedad y ayuda con lubricación natural de la piel, pero en el caso de sábila si se ha visto reacciones por que al momento de ser aplicado directo a la piel esto ha reaccionado por que se usó sin ningún tipo de proceso, se sabe que la sábila tiene un lagrimal tipo YODO que si se llega a colocar directamente a la piel puede causar enrojecimiento, pero son tratables.

Resultados y sugerencias de usar cosméticos con insumos naturales:

- Por lo indicado por la dermatóloga acerca de las propiedades que contiene cada producto de nuestro KIT BESAMU BEAUTY, indica que los resultados serían muy favorables, ya que los pacientes que ella atiende en su jornada diaria sufren afecciones de resequedad y falta de lubricación, con esto nos confirma que al usar continuamente nuestros productos se obtendrán resultados favorables en el cuidado de la piel del rostro, labios y pestañas.
- La experiencia con pacientes que le indicaron que usaron estos insumos tuvieron buenos resultados, incluso ayudando al alivio de sus constantes alergias a productos o cosméticos con altos contenidos de químicos, pero con el insumo de canela en polvo nos indica que hasta el momento no ha tenido ninguna experiencia en el uso de este insumo.

- Nos indica que para ofrecer nuestro KIT BESAMU BEAUTY, debemos realizar más investigaciones, que nos den como resultado un desempeño en conjunto favorable de los insumos que utilizaremos, acompañado a estos que no evites obtener los registros y permisos necesarios para ofrecer la garantía de que nuestro producto es la mejor alternativa de cuidado para la piel.

Entrevista N° 2: Químico



Figura 42. Químico Julio Ramírez

Perfil del Especialista

Nombre: Julio Anghelo Ramírez Coripuna

Profesión: Químico

Experiencia: Con 5 años de experiencia laboral, egresado y titulado de la U.N.M. de San Marcos. Realizo prácticas en el laboratorio IPEN (Instituto peruano de energía nuclear) y actualmente trabaja en FRACTAL QUÍMICOS.

Fecha de Entrevista: viernes 12 de abril del 2019.

Enlace de la Entrevista: <https://youtu.be/dSFIRE6mdVY>

Objetivos:

- Conocer como ha impactado la industria cosmética en la contaminación ambiental.
- Sugerir como debemos proceder con un nuevo producto que salga al mercado.

Uso masivo de cosméticos con insumos químicos y sus efectos más frecuentes:

Nos comenta julio que ahora que está más avocado en la química ambiental, uno de los retos con los que luchan día a día es como biodegradar los envases en donde se depositan los cosméticos que se comercializan actualmente en el mercado como los recipientes de plástico, que en ocasiones les dificulta poderlos procesar para poder biodegradarlos, sumado a esto los derivados de petróleo que se encuentran dentro de estos cosméticos.

Resultados y sugerencias de usar cosméticos con insumos naturales:

Julio nos dio su apreciación con respecto a los insumos que queremos incluir en nuestro producto KIT BESAMU BEAUTY, que tienen buenas propiedades pero el equilibrio que debe haber entre ellos es lo que debemos tener en consideración ya que al unir estos insumos la estética que podría proyectar no sería la más adecuada para el público consumidor por lo tanto deberíamos considerar los excipientes que usaremos para darle la textura acompañado a eso unos aceites esenciales y óxido de zinc por que ayudaría a la preservación de los insumos que usaremos , también nos indicó ver la manera de usar envases de planta de plátano ya que es mucho más fácil de biodegradar y ayudaría a minimizar el la contaminación y el impacto ambiental.

4.1.4. Focus Group

Moderador: Hugo Alarcón

Fecha: 12 de abril del 2019

Lugar: San Isidro

Enlace del Focus: <https://youtu.be/dSFIRE6mdVY>

Síntesis:

- Se invitó a participar de este Focus Group a 8 mujeres
- Las mujeres que participan de este Focus Group, son mujeres mayores de edad.

- El moderador (Hugo Alarcón) comenzó el Focus Group presentándose y haciendo que todas se presenten (datos básicos) luego procedió a dar a conocer nuestro KIT BESAMO BEAUTY, y todos los beneficios que obtendrán al usar nuestro producto.
- Conforme el moderador (Hugo Alarcón) presentaba el producto (KIT BESAMU BEAUTY) las Srtas. las cuales se mostraron muy interesadas en saber más de nuestro producto.
- Las Srtas., indicaron que usaban algún tipo de cosmético para el rostro, labios y pestañas y cremas para hidratar la piel después de retirarse el maquillaje.
- Indicaron que el uso de cosméticos es diario.
- Las marcas que usan con frecuencia son: L'BEL, Unique, AVON, NATURA.
- Una de las Señoritas consulto si el producto sería de acuerdo al PH de cada mujer.
- Indicaron su intención de pago de nuestro producto de 20 a 25 soles, con la condición de adicionar algo más a nuestro producto.
- Luego de presentar nuestro producto las Srtas. indicaron que les gustaría probar nuestro kit.
- Los cosméticos usados continuamente los encuentran en forma unitaria.
- Comentaron que les gusta la presentación de nuestro producto.
- Las Srtas. nos informaron que cuando ellas compran sus cosméticos les interesa la marca y el precio.
- Las Srtas. indicaron que les gustaría comprar nuestro producto en tiendas departamentales, en línea y en salones de belleza.
- El interés por los insumos que emplearemos en nuestro producto fue de mucha ayuda porque son insumos que todos conocen y conocen de sus bondades curativas.
- Al saber del nombre de nuestro producto les pareció original hacer la mezcla del nombre.
- indicaron que si el producto cumple con todas las medidas sanitarias y sus permisos definitivamente sería una compra segura.

Conclusiones del Focus Group:

- KIT BESAMU BEAUTY, obtuvo una buena aceptación entre las participantes de este focus group.
- Las Srtas., indicaron que les gusta la presentación de nuestro kit.
- Las Srtas. indicaron que sabían que las marcas de cosméticos que hay en el mercado están implementando insumos naturales en sus productos, pero todos están enfocados el cuerpo más no en el cuidado del rostro.
- Las Srtas., se mostraron muy interesadas en nuestro kit por contener insumos naturales muy conocidos para ellas.
- Con respecto al nombre se mantendrá porque les pareció original.



Figura 43. Focus Group

Resultados de la encuesta KIT BESAMU BEAUTY

Enlace de la Encuesta: <https://forms.gle/mxYSerxjAbnjW6uM7>

1. Rango de edades.

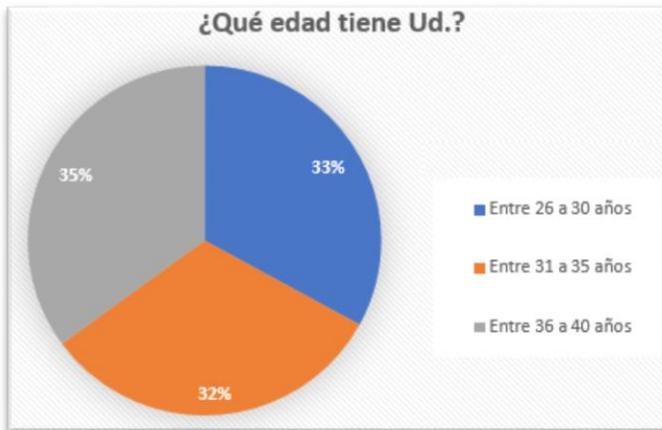


Figura 44. Rango de edades de la encuesta. Elaboración propia.

El 35% de las mujeres que aportaron información para esta encuesta tienen entre 36 a 40 años, pero los otros rangos de edades tienen casi el mismo porcentaje lo que nos ofrecerá una información más pareja.

2. Lugar de residencia.

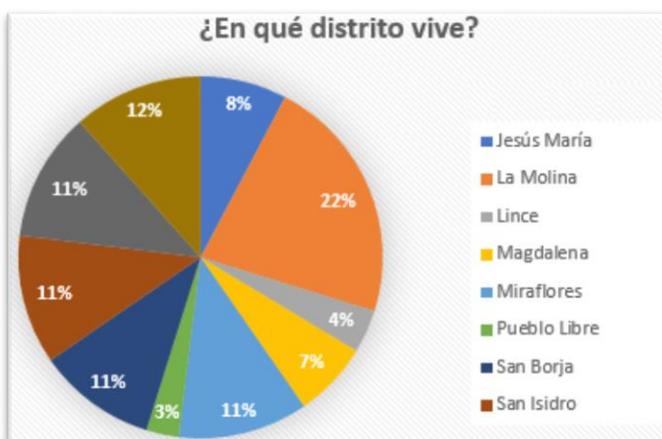


Figura 45. Lugar de residencia. Elaboración propia.

Para esta encuesta el distrito con más mujeres encuestadas fue La Molina con un 22%, le sigue San Isidro con 12%, luego Lince, San Borja, Miraflores con 11% y un minoritario porcentaje de los otros distritos.

3. Rango de ingresos mensuales.

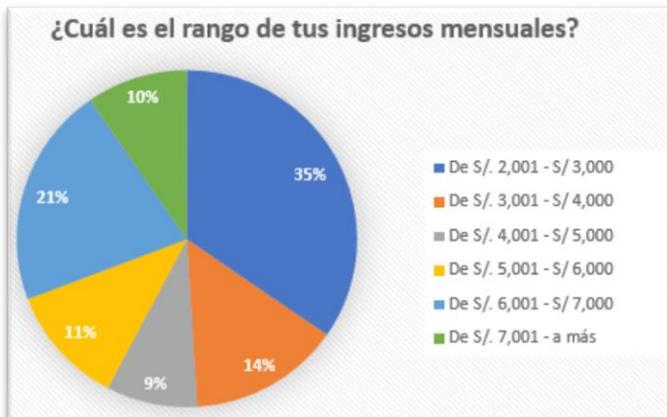


Figura 46. Rango de ingresos mensuales. Elaboración propia.

Podemos apreciar que un 35 % de mujeres tienen ingresos mensuales entre 2,000 Y 3,000 soles. y un 10 % de mujeres que tienen ingresos de más de 7,000.

4. Uso de maquillaje.

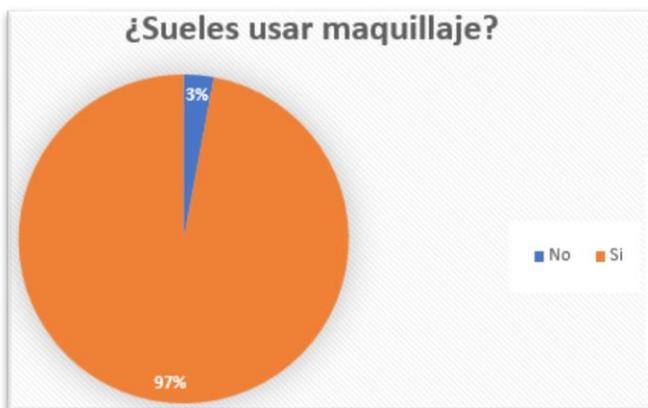


Figura 47. Uso de maquillaje. Elaboración propia.

97% de mujeres se maquillan.

5. Frecuencia de compra de Labial.

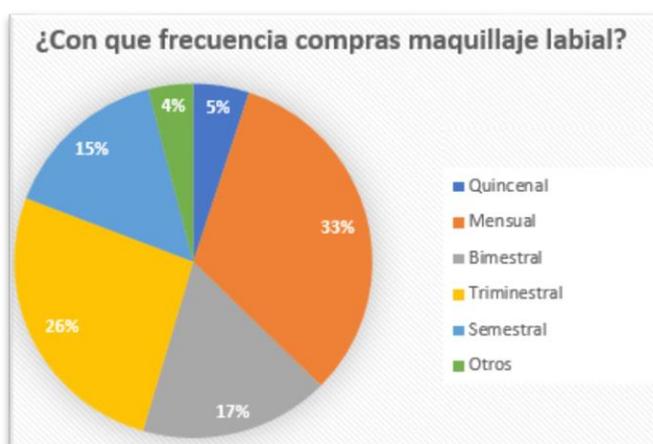


Figura 48. Frecuencia de compra de Labial. Elaboración propia.

Un 33% de mujeres compra mensualmente maquillaje, un 26% lo hace trimestral, un 17% lo hace bimestral, un 15% lo hace semestral, un 5% lo hace quincenal y un 4% lo hace en diversas fechas.

6. Frecuencia de compra de Rímel.

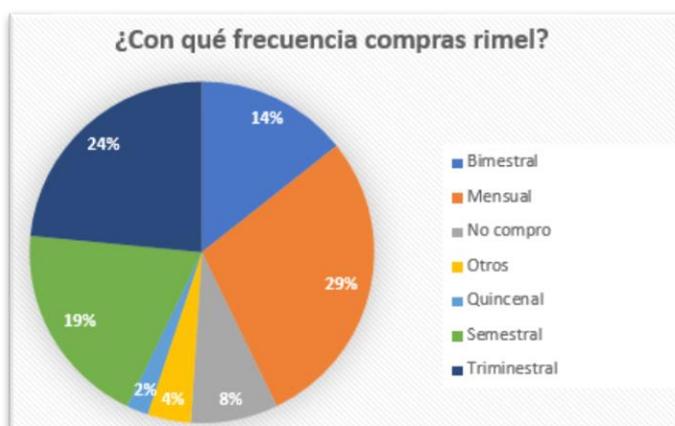


Figura 49. Frecuencia de compra de Rímel. Elaboración propia.

Un 29% de mujeres compra mensualmente, un 24% lo hace trimestral, un 19% lo hace semestral, un 14% lo hace bimestral, un 8% no compra maquillaje y un 4% lo hace en diversas fechas.

7. Frecuencia de compra de Polvos Compactos.

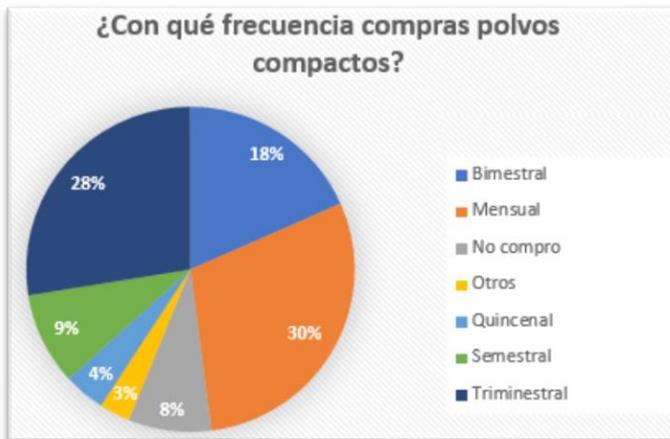


Figura 50. Frecuencia de compra de Polvos Compactos. Elaboración propia.

Un 30% de mujeres compra mensualmente, un 28% lo hace trimestral, un 18% lo hace bimestral, un 9% lo hace semestral, un 8% no compra maquillaje, un 4% lo hace quincenal y un 3% lo hace en diversas fechas.

8. Gastos en Labial.

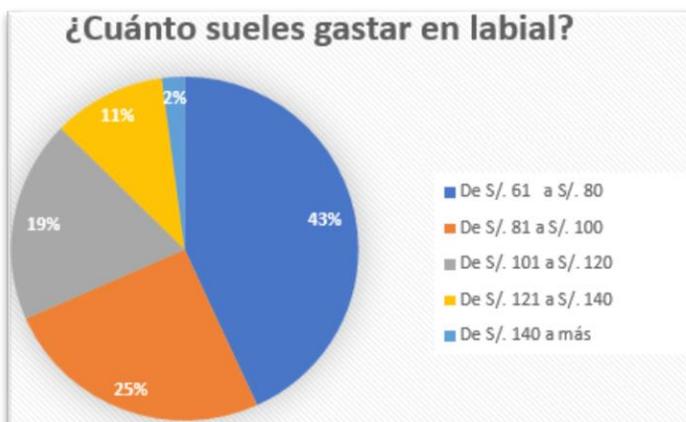


Figura 51. Gastos en Labial. Elaboración propia.

Un 43% de mujeres gasta entre 61,00 y 80,00 soles, un 25% de mujeres gasta entre 81,00 y 100,00 soles, un 19% de mujeres gasta entre 101,00 y 120,00 soles, un 11% de mujeres gasta entre 121,00 y 140,00 soles y un 2% gasta más de .140,00.

9. Gastos en Polvos Compactos.

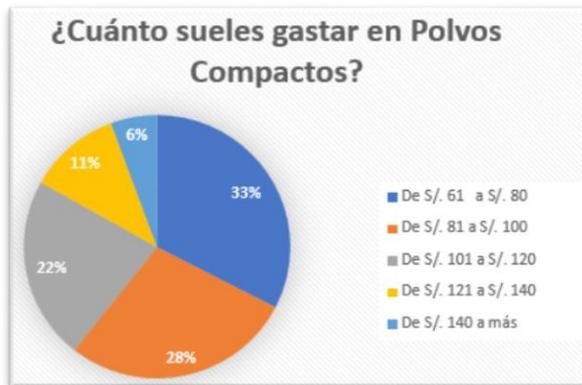


Figura 52. Gastos en Polvos Compactos. Elaboración propia.

Un 33% de mujeres gasta entre 61,00 y 80,00 soles, un 28% de mujeres gasta entre 81,00 y 100,00 soles, un 22% de mujeres gasta entre 101,00 y 120,00 soles, un 11% de mujeres gasta entre 121,00 y 140,00 soles y un 6% gasta más de 140,00.

10. Gastos en Rímel.

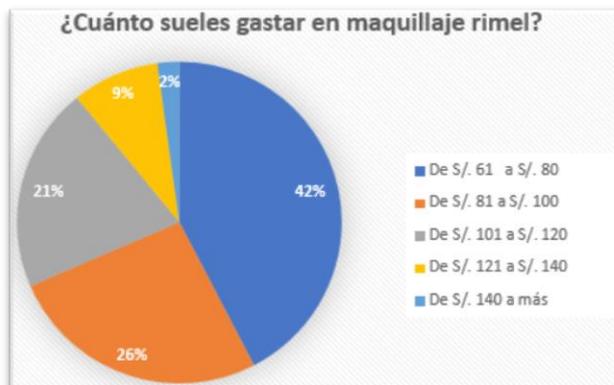


Figura 53. Gastos de Rímel. Elaboración propia.

Un 42% de mujeres gasta entre 61,00 y 80,00 soles, un 26% de mujeres gasta entre 81,00 y 100,00 soles, un 21% de mujeres gasta entre 101,00 y 120,00 soles, un 9% de mujeres gasta entre 121,00 y 140,00 soles y un 2% gasta más de .140,00.

11. Lugar de compra de maquillaje.

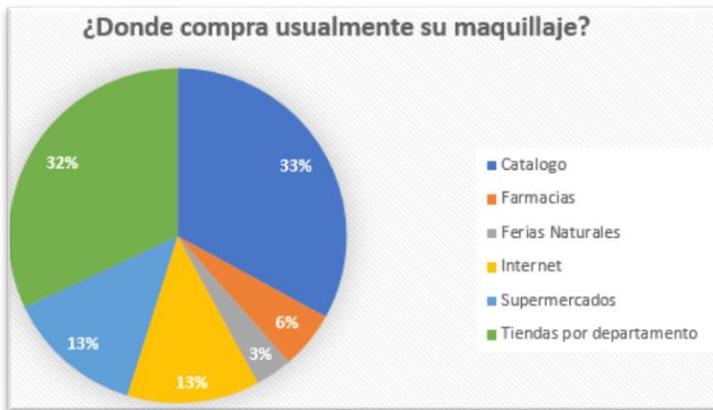


Figura 54. Lugar de compra de maquillaje. Elaboración propia.

Un 33% de mujeres compran maquillaje usualmente por catálogo, un 32% en tiendas por departamento, un 13% lo hace por internet y supermercados, un 6% lo hace en farmacias y un 3% lo hace en ferias naturales.

12. Factores que influyen en la decisión de compra maquillaje.



Figura 55. Factores que influyen en la decisión de compra maquillaje. Elaboración propia.

Un 29% de mujeres se fijan en la marca, un 26% toman en cuenta la calidad, un 22% en el precio, un 18% en los beneficios y un 5% en los ingredientes.

13. Marcas de maquillaje

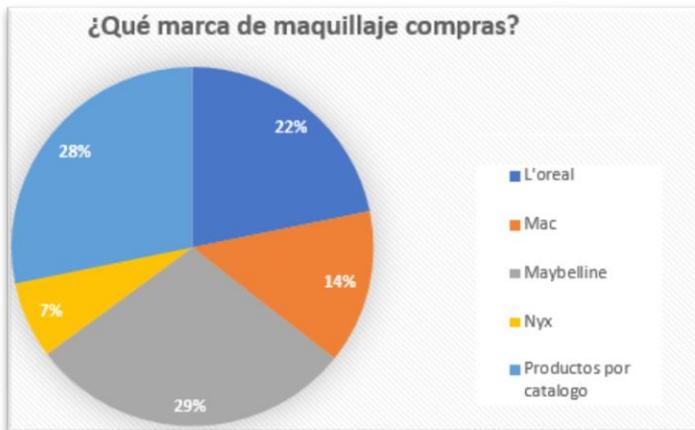


Figura 56. Marcas de maquillaje. Elaboración propia.

Un 29% de mujeres compra la marca “Maybelline”, un 28% compra productos por catálogo, un 22% “L’oreal”, un 14% compra “Mac”, y un 7% compra “Nyx”.

14. Disposición a probar nueva marca de maquillaje.

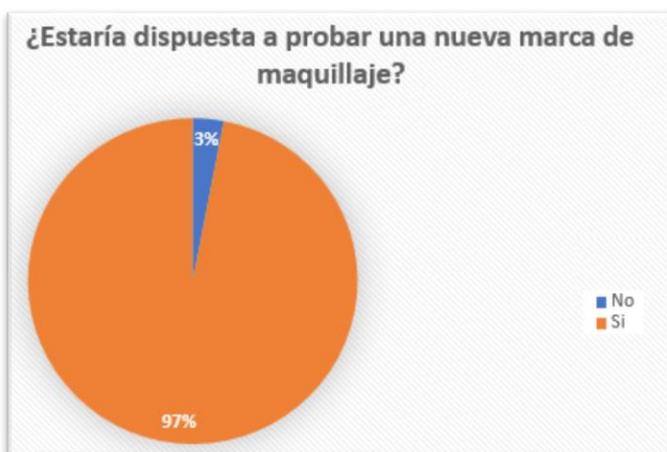


Figura 57. Disposición a probar nueva marca de maquillaje. Elaboración propia.

97% de mujeres desean probar una nueva marca y solo un 3% no lo desea.

15. Insumos naturales en maquillaje.

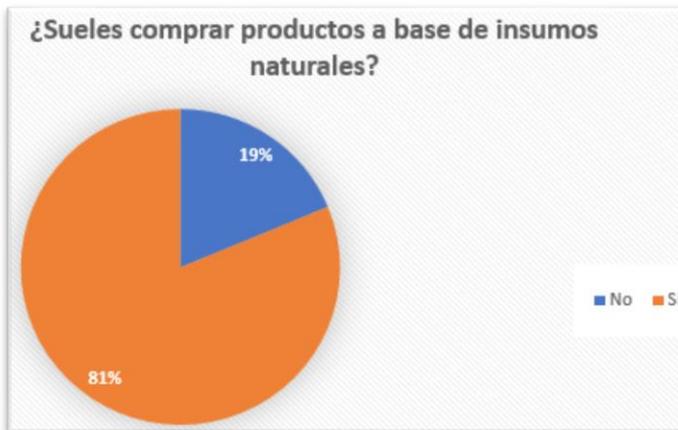


Figura 58. Insumos naturales en maquillaje. Elaboración propia.

Un 81% de mujeres suelen comprar productos a base de insumos naturales y un 19% no.

16. KIT BESAMU BEAUTY

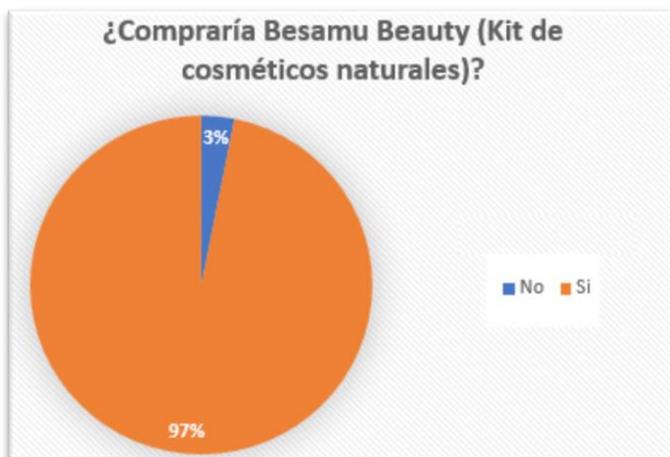


Figura 59. Comprarías Kit Besamu Beauty. Elaboración propia.

Un 97% de mujeres compraría nuestro KIT BESAMU BEAUTY, y un 3% no.

17. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por nuestro KIT BESAMU BEAUTY?

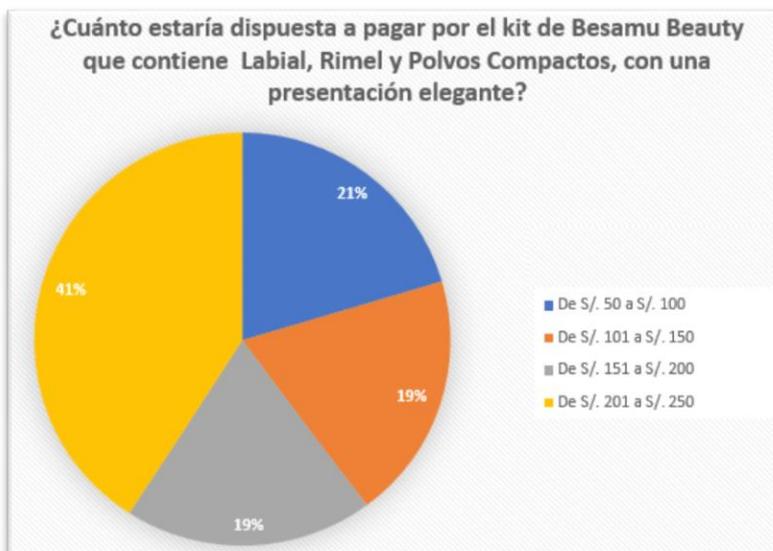


Figura 60. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por nuestro KIT BESAMU BEAUTY?. Elaboración propia.

Un 41% de mujeres pagarían 201,00 a 250,00, un 21% pagaría 50,00 a 100,00 y un 19% pagaría 101,00 a 200,00.

18. Presentación de nuestro KIT BESAMU BEAUTY

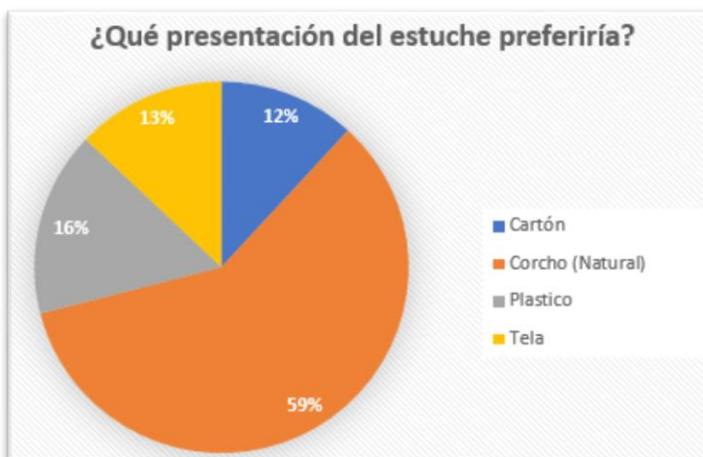


Figura 61. Presentación de nuestro Kit Besamu Beauty. Elaboración propia.

Un 59% de mujeres optaron por la presentación en “Corcho”, un 16% eligieron “Plástico”, un 13% eligieron “Tela” y un 12% eligieron “Cartón”.

19.Frecuencia de compra de nuestro KIT BESAMI BEAUTY

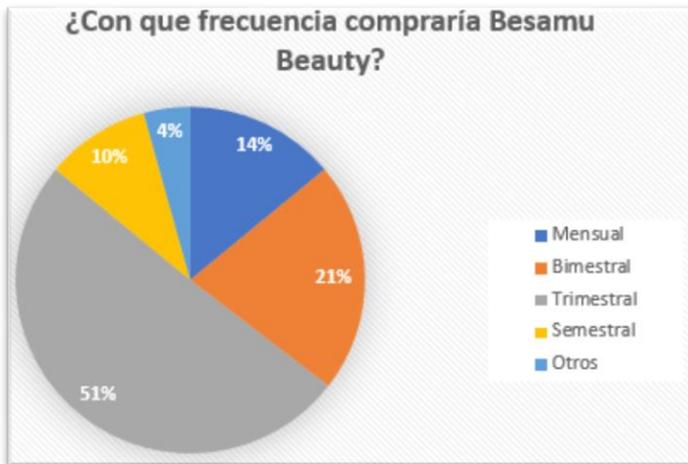


Figura 62. Frecuencia de compra de nuestro Kit Besamu Beauty. Elaboración propia.

Un 51% de mujeres compraría de manera trimestral, un 21% bimestral, un 14% mensual, un 10% semestral y un 4% en diversas estaciones del año.

20.Lugar para comprar KIT BESAMU BEAUTY

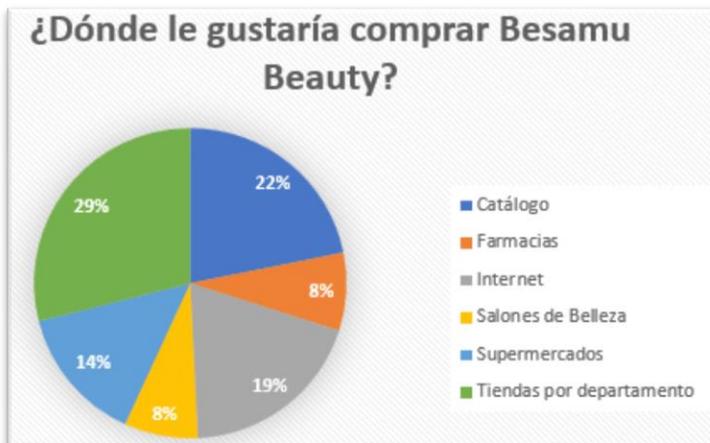


Figura 63. Lugar para compra nuestro Kit Besamu Beauty. Elaboración propia.

Un 29% desea comprar nuestro producto en tiendas por departamento, un 22% le gustaría comprar por catálogo, un 19% por internet, un 14% en supermercados, y un 8% en farmacias y salones de belleza.

21. En qué medios de comunicación desea saber del KIT BESAMU BEAUTY

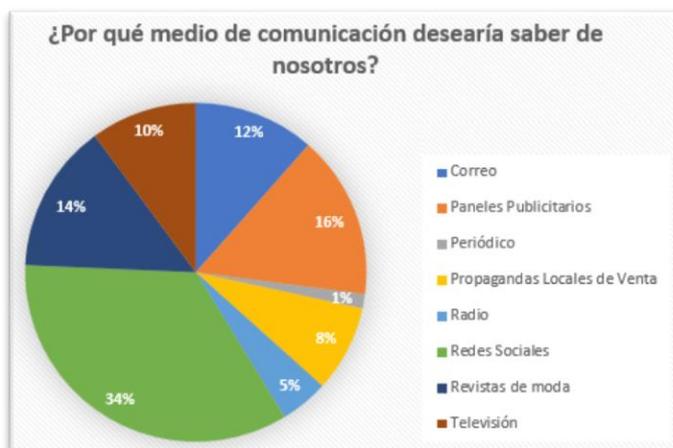


Figura 64. En que medios de comunicación desean saber del Kit. Elaboración propia.

Un 34% desean estar informadas de nuestro producto por redes sociales, un 16% por paneles publicitarios, un 14% revista de modas, un 12% por correo, un 10% por televisión, 8% propagandas locales de ventas, 5% por radio y un 1% por periódico.

4.2. Demanda y Oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial

La segmentación se realizó considerando a las damas de 18 a 55 años (32.15%) "NSE" A y B que residan en las zonas 6 (14.9% y 59.3%) y 7 (34.9% y 46%) de Lima. Se usó 1.01% como tasa de crecimiento demográfico (INEI).

Tabla 10
Estimación de mercado potencial 2019 (en miles)

Distrito	Población 2019	Mujeres 18 a 55 años	NSE A	NSE B	Total NSE A y B	Mercado Potencial
Jesús María	77.1	24.8	11.48	45.70	57.19	18.38
Lince	53.9	17.3	8.04	31.99	40.02	12.87
Magdalena del Mar	58.6	18.8	8.73	34.74	43.47	13.98
San Miguel	144.9	46.6	21.60	85.95	107.55	34.58
La Molina	183.1	58.9	63.91	84.24	148.15	47.63
Miraflores	88.5	28.4	30.88	40.70	71.58	23.01
San Borja	120.2	38.6	41.95	55.29	97.24	31.26
San Isidro	58.6	18.8	20.45	26.95	47.40	15.24
Santiago de Surco	367.7	118.2	128.32	169.13	297.5	95.63
Total						292.57

Nota: Elaboración propia, con datos de nuestras encuestas, INEI y CPI Market Report (2018).

Tabla 11
Estimación de mercado potencial (en miles)

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
Jesús María	18.57	18.76	18.95	19.14	19.33
Lince	13.00	13.13	13.26	13.39	13.53
Magdalena del Mar	14.12	14.26	14.40	14.55	14.70
San Miguel	34.93	35.28	35.64	36.00	36.36
La Molina	48.11	48.60	49.09	49.58	50.08
Miraflores	23.25	23.48	23.72	23.96	24.20
San Borja	31.58	31.90	32.22	32.54	32.87
San Isidro	15.39	15.55	15.70	15.86	16.02
Santiago de Surco	96.59	97.57	98.55	99.55	100.55
Total	295.53	298.51	301.53	304.57	307.65

Nota: Elaboración propia, con datos de nuestras encuestas, INEI y CPI Market Report (2018).

4.2.2. Estimación del mercado disponible

La segmentación se realizó considerando las preguntas de la encuesta:

- ¿Sueles usar maquillaje? (Pregunta 4)
- ¿Sueles comprar productos a base de insumos 100% naturales? (Pregunta 11)
- ¿Estaría dispuesta a probar una nueva marca de maquillaje? (Pregunta 10)

A continuación, sustentamos las preguntas de la segmentación:

No se está ingresando a competir con el mercado de cosmética natural ya que es mínimo, se está ingresando a quitar mercado a la cosmética convencional gracias al valor agregado de ser un producto con insumos naturales, recordemos que el mercado disponible tiene la necesidad específica de comprar cosméticos (sean convencionales o naturales), pero no asegurará que dicho mercado comprará el producto.

Partiendo del modelo de negocio el cual apunta a restar mercado a la cosmética convencional, supongamos la pregunta “¿Usas maquillaje de cosmética natural o elaborados con insumos naturales?”, con esta pregunta nuestro modelo de negocio perdería créditos para nuestro mercado disponible, ya que el gran porcentaje de todas aquellas personas que pertenecerían al mercado disponible (los cuales son los que cuentan con una necesidad que es el de usar cosméticos y tienen con los recursos para adquirirlos) y que actualmente utilizan el maquillaje

convencional responderían que “No”, por ello es que perdería el dimensionamiento real del mercado disponible.

Tomemos el ejemplo de “Mayonesa AlaCena”, este producto al salir al mercado, no salió a competir con mayonesas Hellmann's y Maggi (los cuales eran prácticamente los únicos de este producto envasado) ya que el consumo de mayonesa envasada en el mercado peruano era sumamente reducido y el mayor consumo se daba en la mayonesa hecha en casa, por ello salió a competir con las amas de casa que hacían su mayonesa casera (huevos, aceite y limón), AlaCena tuvo un gran éxito en el mercado, aumentando el mercado de mayonesas envasadas en un 37% (105 a 144 toneladas). Otros casos similares como el de los robots aspiradoras, autos eléctricos, ingles por internet, entre otros, buscan de la misma forma reemplazar productos tradicionales por nuevos productos.

Con esto se quiere indicar que para que un modelo de negocio sea exitoso, no siempre se tiene que salir a competir con los que manejan o tienen prácticamente los mismos insumos de nuestros productos, sino ubicar bien el valor agregado de estos y posicionarlos de tal forma que pueda quitar mercado al competidor y diferenciarlo de este.

Finalmente, para afianzar con una pregunta cerrada “¿Sueles comprar productos a base de insumos 100% naturales?”, está situada para segmentar a las mujeres con determinada afinidad y un consistente comportamiento de compra.

Respondieron afirmativamente a las preguntas el 97.06%, 96.97% y 81.25% respectivamente.

Tabla 12
Estimación de mercado disponible (en miles)

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
Jesús María	14.20	14.34	14.49	14.64	14.78
Lince	9.94	10.04	10.14	10.24	10.35
Magdalena del Mar	10.79	10.90	11.01	11.13	11.24
San Miguel	26.71	26.98	27.25	27.53	27.80
La Molina	36.79	37.16	37.54	37.92	38.30
Miraflores	17.78	17.96	18.14	18.32	18.51
San Borja	24.15	24.39	24.64	24.89	25.14
San Isidro	11.77	11.89	12.01	12.13	12.25
Santiago de Surco	73.87	74.61	75.36	76.13	76.89
Total	225.99	228.28	230.58	232.91	235.26

Nota: Elaboración propia, con datos de nuestras encuestas.

4.2.3. Estimación del mercado efectivo

La segmentación se realizó considerando las preguntas de la encuesta:

- ¿Compraría Besamu Beauty (Kit de cosméticos naturales) (Pregunta 12)
- ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el kit de Besamu Beauty que contiene Labial, Rimel y Polvos Compactos, con una presentación elegante? (Pregunta 13)

Respondieron afirmativamente a la primera pregunta el 96.88% y 40.86% a la segunda, cuyo precio está en el rango de 201 a 250 soles.

Tabla 13

Estimación de mercado efectivo, Kit Besamu Beauty (en miles)

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
Jesús María	5.62	5.68	5.74	5.79	5.85
Lince	3.93	3.97	4.01	4.05	4.10
Magdalena del Mar	4.27	4.32	4.36	4.40	4.45
San Miguel	10.57	10.68	10.79	10.90	11.01
La Molina	14.56	14.71	14.86	15.01	15.16
Miraflores	7.04	7.11	7.18	7.25	7.33
San Borja	9.56	9.66	9.75	9.85	9.95
San Isidro	4.66	4.71	4.75	4.80	4.85
Santiago de Surco	29.24	29.53	29.83	30.13	30.44
Total	89.46	90.36	91.27	92.19	93.12

Nota: Elaboración propia, con datos de nuestras encuestas.

Tabla 14

Estimación de mercado efectivo, resumen (en miles)

. Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	89.46	90.36	91.27	92.19	93.12
Labial	94.49	95.44	96.40	97.38	98.36
Rimel	92.81	93.74	94.69	95.65	96.61
Polvos Compactos	71.34	72.06	72.79	73.52	74.26
Total	348.09	351.60	355.15	358.74	362.36

Nota: Elaboración propia, con datos de nuestras encuestas.

4.2.4. Estimación del mercado objetivo

Para estimar la base de participación de mercado, usamos la pregunta de la encuesta ¿Qué marca de maquillaje compras? obtuvimos el 26% en Producto por catálogo que es un grupo de marcas 4. Por lo que usó una base del 3.0%.

Para la proyección de crecimiento se usó el 3.5%, un porcentaje conservador dentro del rango de 4% a 6%, que estimó Copecoh (Gremio de Cosmética e Higiene Personal) para el 2019.

Peru21 (2019) “Para el 2019, el mercado de cosméticos e higiene personal en un escenario conservador espera un crecimiento del 4% (7,703 millones), mientras que para el escenario optimista el incremento sería de 6% (7,851 millones), proyectó hoy el Gremio de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).”

Tabla 15
Estimación de mercado objetivo, Kit Besamu Beauty.

Distrito	2020	2021	2022	2023	2024
Jesús María	197	203	209	215	221
Lince	138	142	146	150	155
Magdalena del Mar	150	154	159	163	168
San Miguel	370	381	393	404	416
La Molina	510	525	541	557	574
Miraflores	246	254	261	269	277
San Borja	335	345	355	366	377
San Isidro	163	168	173	178	184
Santiago de Surco	1,023	1,054	1,086	1,118	1,152
Total	3,131	3,225	3,322	3 421	3,524

Nota: Elaboración propia, con datos de nuestras encuestas y Copecoh.

Tabla 16
Estimación de mercado objetivo, resumen.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	3,131	3,225	3,322	3,421	3,524
Labial	3,307	3,406	3,508	3,614	3,722
Rimel	3,248	3,346	3,446	3,549	3,656
Polvos Compactos	2,497	2,572	2,649	2,728	2,810
Total	12,183	12,548	12,925	13,313	13,712

Nota: Elaboración propia, con datos de nuestras encuestas y Copecoh.

4.2.5. Frecuencia de compra

Para obtener la frecuencia de compra de nuestro producto, se tomarán las preguntas "5.- ¿Con que frecuencia compras maquillaje?" y "15.- ¿Con que frecuencia compraría Besamu Beauty?" de la encuesta.

Tabla 17
Frecuencia de consumo según la encuesta.

Producto	Quincenal	Mensual	Bimestral	Trimestral	Semestral	Otros	Total
Labial	15	96	51	78	45	12	297
Rímel	6	84	42	69	57	39	297
Polvos Compactos	12	87	54	81	27	36	297
Kit Besamu Beauty	0	39	60	141	27	30	297

Nota: Elaboración propia.

A continuación, se detallará la frecuencia de compra de cada uno de nuestros Productos:

Labial

Tabla 18
Frecuencia de consumo del Labial.

Frecuencia	%	Veces al año	Veces ponderada
Quincenal	5.05%	24	1.21
Mensual	32.32%	12	3.88
Bimestral	17.17%	6	1.03
Trimestral	26.26%	4	1.05
Semestral	15.15%	2	0.30
Otros	4.04%	0	0.00
Total	100.00%		7.47

Nota: Elaboración propia.

Rímel

Tabla 19
Frecuencia de consumo del Rimel.

Frecuencia	%	Veces al año	Veces ponderada
Quincenal	2.02%	24	0.48
Mensual	28.28%	12	3.39
Bimestral	14.14%	6	0.85
Trimestral	23.23%	4	0.93
Semestral	19.19%	2	0.38
Otros	13.13%	0	0.00
Total	100.00%		6.04

Nota: Elaboración propia.

Polvos Compactos

Tabla 20
Frecuencia de consumo del Polvos Compactos.

Frecuencia	%	Veces al año	Veces ponderada
Quincenal	4.04%	24	0.97
Mensual	29.29%	12	3.52
Bimestral	18.18%	6	1.09
Trimestral	27.27%	4	1.09
Semestral	9.09%	2	0.18
Otros	12.12%	0	0.00
Total	100.00%		6.85

Nota: Elaboración propia.

Kit Besamu Beauty

Tabla 21
Frecuencia de consumo del Kit Besamu Beauty.

Frecuencia	%	Veces al año	Veces ponderada
Quincenal	0.00%	24	0.00
Mensual	13.13%	12	1.58
Bimestral	20.20%	6	1.21
Trimestral	47.47%	4	1.90
Semestral	9.09%	2	0.18
Otros	10.10%	0	0.00
Total	100.00%		4.87

Nota: Elaboración propia.

Ahora mostraremos el cuadro resumen donde se incluyen la frecuencia de compra de todos nuestros productos.

Tabla 22
Frecuencia de compra por producto.

Producto	Frecuencia
Labial	7
Rímel	6
Polvos Compactos	7
Kit Besamu Beauty	5
Total	25

Nota: Elaboración propia.

Este cuadro, nos indica que una persona consumirá 25 de nuestros anualmente, los cuales se compondrían por 7 Labiales, 6 Rímel, 7 Polvos compactos y 5 Kit Besamu Beauty.

Podríamos agregar un cuadro adicional donde se incluyen la frecuencia de compra conservador (aplicando la regla del 30% del consumo) a todos nuestros productos, con excepción del KIT (20 %).

Tabla 23
Frecuencia de compra conservador por producto.

Producto	Frecuencia
Labial	2
Rímel	2
Polvos Compactos	2
Kit Besamu Beauty	1
Total	8

Nota: Elaboración propia.

4.2.6. Cuantificación anual de la demanda

Para calcular la demanda anual de nuestros productos, multiplicaremos la frecuencia de compra x el mercado objetivo anual.

Tabla 24
Cuantificación anual de la demanda.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	3,049	3,140	3,234	3,331	3,431
Polvos Compactos	6,433	6,626	6,824	7,029	7,240
Labial	7,021	7,232	7,448	7,672	7,902
Rímel	5,674	5,844	6,019	6,200	6,386

Nota: Elaboración propia.

4.2.7. Estacionalidad

Para nuestro tipo de cosméticos la estacionalidad no aplica, pero hay tendencias del consumo por fechas festivas tales como día de la madre en mayo y la campaña navideña en diciembre.

Tabla 25
Estacionalidad mensual.

Meses	Porcentaje
Enero	8.22%
Febrero	8.22%
Marzo	8.22%
Abril	8.22%
Mayo	8.89%
Junio	8.22%
Julio	8.22%
Agosto	8.22%
Setiembre	8.22%
Octubre	8.22%
Noviembre	8.22%
Diciembre	8.89%
Total	100%

Nota: Elaboración propia.

4.2.8. Programa de ventas en unidades y valorizado

Iniciaremos mostrando la tabla de valores de venta de cada uno de nuestros productos.

Tabla 26
Valor de Venta de Cada Producto.

Producto	Valor Venta	IGV	Precio de Venta al canal	Margen del canal	Precio de Venta sugerido al publico
Kit Besamu Beauty	109	20	129	35%	198
Polvos Compactos	52	9	61	35%	95
Labial	33	6	39	35%	61
Rímel	28	5	33	35%	51

Nota: Elaboración propia.

Con esa información, utilizando las cantidades de la demanda y las frecuencias mensuales, obtenemos las tablas de ventas por estacionalidad de los productos por cada año.

Tabla 27

Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2020.

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Kit Besamu Beauty	251	251	251	251	271	251	251	251	251	251	251	271	3,049
Polvos Compactos	529	529	529	529	572	529	529	529	529	529	529	572	6,433
Labial	577	577	577	577	624	577	577	577	577	577	577	624	7,021
Rimel	466	466	466	466	504	466	466	466	466	466	466	504	5,674
Total unidades	1,823	1,823	1,823	1,823	1,971	1,823	1,823	1,823	1,823	1,823	1,823	1,971	22,176
Kit Besamu Beauty	27,326	27,326	27,326	27,326	29,546	27,326	27,326	27,326	27,326	27,326	27,326	29,546	332,355
Polvos Compactos	27,564	27,564	27,564	27,564	29,804	27,564	27,564	27,564	27,564	27,564	27,564	29,804	335,250
Labial	19,321	19,321	19,321	19,321	20,890	19,321	19,321	19,321	19,321	19,321	19,321	20,890	234,986
Rimel	13,160	13,160	13,160	13,160	14,229	13,160	13,160	13,160	13,160	13,160	13,160	14,229	160,054
Total venta sin IG	87,371	87,371	87,371	87,371	94,469	87,371	87,371	87,371	87,371	87,371	87,371	94,469	1,062,644
IG	15,727	15,727	15,727	15,727	17,004	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	17,004	191,276
Total venta con IG	103,097	103,097	103,097	103,097	111,474	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097	111,474	1,253,920

Nota: Elaboración propia.

Tabla 28

Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2021

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Kit Besamu Beauty	258	258	258	258	279	258	258	258	258	258	258	279	3,140
Polvos Compactos	545	545	545	545	589	545	545	545	545	545	545	589	6,626
Labial	595	595	595	595	643	595	595	595	595	595	595	643	7,232
Rimel	480	480	480	480	520	480	480	480	480	480	480	520	5,844
Total unidades	1,878	1,878	1,878	1,878	2,031	1,878	1,878	1,878	1,878	1,878	1,878	2,031	22,841
Kit Besamu Beauty	28,146	28,146	28,146	28,146	30,433	28,146	28,146	28,146	28,146	28,146	28,146	30,433	342,326
Polvos Compactos	28,391	28,391	28,391	28,391	30,698	28,391	28,391	28,391	28,391	28,391	28,391	30,698	345,307
Labial	19,900	19,900	19,900	19,900	21,517	19,900	19,900	19,900	19,900	19,900	19,900	21,517	242,036
Rimel	13,554	13,554	13,554	13,554	14,656	13,554	13,554	13,554	13,554	13,554	13,554	14,656	164,855
Total venta sin IG	89,992	89,992	89,992	89,992	97,303	89,992	89,992	89,992	89,992	89,992	89,992	97,303	1,094,524
IG	16,199	16,199	16,199	16,199	17,515	16,199	16,199	16,199	16,199	16,199	16,199	17,515	197,014
Total venta con IG	106,190	106,190	106,190	106,190	114,818	106,190	106,190	106,190	106,190	106,190	106,190	114,818	1,291,538

Nota: Elaboración propia.

Tabla 29

Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2022.

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Kit Besamu Beauty	266	266	266	266	288	266	266	266	266	266	266	288	3,234
Polvos Compactos	561	561	561	561	607	561	561	561	561	561	561	607	6,824
Labial	612	612	612	612	662	612	612	612	612	612	612	662	7,448
Rimel	495	495	495	495	535	495	495	495	495	495	495	535	6,019
Total unidades	1,934	1,934	1,934	1,934	2,092	1,934	1,934	1,934	1,934	1,934	1,934	2,092	23,526
Kit Besamu Beauty	28,990	28,990	28,990	28,990	31,346	28,990	28,990	28,990	28,990	28,990	28,990	31,346	352,596
Polvos Compactos	29,243	29,243	29,243	29,243	31,619	29,243	29,243	29,243	29,243	29,243	29,243	31,619	355,666
Labial	20,497	20,497	20,497	20,497	22,162	20,497	20,497	20,497	20,497	20,497	20,497	22,162	249,297
Rimel	13,961	13,961	13,961	13,961	15,095	13,961	13,961	13,961	13,961	13,961	13,961	15,095	169,801
Total venta sin IGV	92,692	92,692	92,692	92,692	100,222	92,692	92,692	92,692	92,692	92,692	92,692	100,222	1,127,360
IGV	16,684	16,684	16,684	16,684	18,040	16,684	16,684	16,684	16,684	16,684	16,684	18,040	202,925
Total venta con IGV	109,376	109,376	109,376	109,376	118,262	109,376	109,376	109,376	109,376	109,376	109,376	118,262	1,330,284

Nota: Elaboración propia.

Tabla 30

Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2023.

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Kit Besamu Beauty	274	274	274	274	296	274	274	274	274	274	274	296	3,331
Polvos Compactos	578	578	578	578	625	578	578	578	578	578	578	625	7,029
Labial	631	631	631	631	682	631	631	631	631	631	631	682	7,672
Rimel	510	510	510	510	551	510	510	510	510	510	510	551	6,200
Total unidades	1,992	1,992	1,992	1,992	2,154	1,992	1,992	1,992	1,992	1,992	1,992	2,154	24,232
Kit Besamu Beauty	29,860	29,860	29,860	29,860	32,286	29,860	29,860	29,860	29,860	29,860	29,860	32,286	363,174
Polvos Compactos	30,120	30,120	30,120	30,120	32,567	30,120	30,120	30,120	30,120	30,120	30,120	32,567	366,336
Labial	21,112	21,112	21,112	21,112	22,827	21,112	21,112	21,112	21,112	21,112	21,112	22,827	256,775
Rimel	14,380	14,380	14,380	14,380	15,548	14,380	14,380	14,380	14,380	14,380	14,380	15,548	174,895
Total venta sin IGV	95,472	95,472	95,472	95,472	103,229	95,472	95,472	95,472	95,472	95,472	95,472	103,229	1,161,180
IGV	17,185	17,185	17,185	17,185	18,581	17,185	17,185	17,185	17,185	17,185	17,185	18,581	209,012
Total venta con IGV	112,657	112,657	112,657	112,657	121,810	112,657	112,657	112,657	112,657	112,657	112,657	121,810	1,370,193

Nota: Elaboración propia.

Tabla 31

Ventas según estacionalidad por mes por producto - Año 2024.

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Kit Besamu Beauty	282	282	282	282	305	282	282	282	282	282	282	305	3,431
Polvos Compactos	595	595	595	595	644	595	595	595	595	595	595	644	7,240
Labial	650	650	650	650	702	650	650	650	650	650	650	702	7,902
Rimel	525	525	525	525	568	525	525	525	525	525	525	568	6,386
Total unidades	2,052	2,052	2,052	2,052	2,219	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,052	2,219	24,959
Kit Besamu Beauty	30,756	30,756	30,756	30,756	33,255	30,756	30,756	30,756	30,756	30,756	30,756	33,255	374,069
Polvos Compactos	31,024	31,024	31,024	31,024	33,544	31,024	31,024	31,024	31,024	31,024	31,024	33,544	377,326
Labial	21,745	21,745	21,745	21,745	23,512	21,745	21,745	21,745	21,745	21,745	21,745	23,512	264,479
Rimel	14,811	14,811	14,811	14,811	16,015	14,811	14,811	14,811	14,811	14,811	14,811	16,015	180,142
Total venta sin IGV	98,336	98,336	98,336	98,336	106,326	98,336	98,336	98,336	98,336	98,336	98,336	106,326	1,196,016
IGV	17,701	17,701	17,701	17,701	19,139	17,701	17,701	17,701	17,701	17,701	17,701	19,139	215,283
Total venta con IGV	116,037	116,037	116,037	116,037	125,464	116,037	116,037	116,037	116,037	116,037	116,037	125,464	1,411,299

Nota: Elaboración propia.

Ahora podemos agrupar estas tablas para obtener las ventas totales por año.

Tabla 32

Ventas totales por año y por producto. (expresado en soles)

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	332,355	342,326	352,596	363,174	374,069
Repuesto Polvos Compactos	335,250	345,307	355,666	366,336	377,326
Repuesto Labial	234,986	242,036	249,297	256,775	264,479
Rímel	160,054	164,855	169,801	174,895	180,142
Total venta sin IGV	1,062,644	1,094,524	1,127,360	1,161,180	1,196,016
IGV	191,276	197,014	202,925	209,012	215,283
Total venta con IGV	1,253,920	1,291,538	1,330,284	1,370,193	1,411,299
Crecimiento en las ventas		3%	3%	3%	3%

Nota: Elaboración propia.

4.3. Mezcla de Marketing

4.3.1. Producto

La buena imagen personal, siempre ha sido de interés y preocupación, más aún cuando se trata de las féminas, a quien les gusta verse frescas, lindas y renovadas; para ello la mayoría de ellas recurre al maquillaje, el cual las ayuda a realzar su belleza natural.

El maquillaje les brinda un armonioso aspecto, le permite destacar sus atributos, pero muchas veces este tiene en sus ingredientes elementos dañinos, hasta inclusive derivados del petróleo. Esta premisa, generó el nacimiento de Besamu Beauty, un kit de belleza con tres esenciales productos, que son polvos compactos, rímel y labial, estos productos son elaborados a base de ingredientes naturales, que además integra a su composición aceites esenciales y vitamina E.

Logotipo

Nuestro logo integra la silueta de una mujer que son a quienes vamos dirigidos, aquellas que son nuestra fuente de inspiración, nuestra razón de ser; además está rodeado por flores que representan la delicadeza y el cuidado natural que se les brindará a través de nuestros productos.



Figura 65. Logotipo Besamu Beauty. Elaboración propia.

Beneficios:

Polvos Compactos



Figura 66. Polvos compactos. Elaboración propia.

- Permite que la piel respire.
- Da suavidad.
- No deja la piel acartonada.
- Nutre la piel.

Rímel



Figura 67. Rímel. Elaboración propia.

- Da una apariencia natural a las pestañas
- Permite nutrir las pestañas.
- Regenera las pestañas y las fortalece.
- Ayuda al crecimiento.

Labial



Figura 68. Labial. Elaboración propia.

- Suaviza la piel de los labios.
- Nutre los labios.
- Hidrata los labios.
- Evita cuarteaduras.

Presentación del producto:

Nuestro kit contará con un particular diseño en forma de hoja, el estuche será estructurado en corcho natural, brindando así un estilo que va en armonía con los ingredientes naturales que llevan cada uno de nuestros productos.



Figura 69. Kit Besamu Beauty. Elaboración propia.

Presentación de nuestros productos individuales:

Polvos compactos

Tendrán una presentación individual con un contenido de 10 gramos, empacados en una caja de cartón ecológica. El color es en tono medio que se adecua perfectamente a distintos tipos de piel, ya que logra mimetizarse.



Figura 70. Presentación Polvos Compactos Besamu Beauty. Elaboración propia.

Labial

Nuestro labial tendrá una tonalidad guinda (PANTONE 7421 C), el color característico se consigue gracias al polvo de betarraga (pigmento natural) que presenta en su composición, la presentación será en una caja de cartón ecológica. Su contenido será de 3 gramos.



Figura 71. Labial Besamu Beauty. Elaboración propia.

Rímel

Este tendrá un contenido de 8ml, lo tendremos solo el color negro, la tonalidad lograda se da gracias al carbón activado. Nuestra presentación será en una caja de cartón ecológica.



Figura 72. Rímel Besamu Beauty. Elaboración propia.

4.3.2. Precio

Para poder definir de una manera idónea nuestros precios, recurrimos a nuestras encuestas y de acuerdo a ello pudimos tener los límites de precio.

El precio elegido va determinado también por los costos de elaboración, publicidad y transporte de nuestros productos, sumado ello a la ganancia que deseemos tener por kit y por repuesto.

Tabla 33
Precios Besamu Beauty.

Producto	Precio de venta al canal	IGV	Valor venta
Kit Besamu Beauty	129	20	109
Polvos Compactos	61	9	52
Labial	39	6	33
Rimel	33	5	28

Nota: Elaboración propia.

4.3.3. Plaza

Dadas las encuestas y al público al cual nos dirigimos, nuestros canales de distribución principal son las tiendas por departamento y las principales cadenas de farmacias, este último, farmacias ubicados en las zonas a cuál nos dirigimos, el sector A y B.



Figura 73. Plaza Besamu Beauty. Gestión

4.3.4. Promoción

Dada las encuestas, tenemos que la mayoría desea conocer nuestras promociones mediante redes sociales, como son Facebook, WhatsApp para una atención personalizada, nos encontraremos también en Instagram, adicionalmente tendremos presencia en YouTube con nuestros anuncios. Estos medios son bastante dinámicos donde las personas pueden hacer sus consultas abiertas, opinar del producto como también recomendarlo, además de que pueden enviarnos sus sugerencias y así lograr mejoras continuas en nuestros productos.

A través de nuestras redes sociales vamos a implementar tips de belleza y cuidado personal, lo cual hará más atrayente y nos permite llegar a más personas.



Figura 74. Promoción Besamu Beauty. López Dóriga digital

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento

Utilizaremos demostraciones gratis de maquillaje para que puedan probar y sentir la diferencia de nuestros productos, esto se realizará en tiendas por departamento y algunos salones de belleza, los más conocidos a nivel nacional como son Montalvo y Soho Color.

Por lanzamiento estaremos sorteando dos kits de belleza Besamu Beauty en nuestra página web y redes sociales, a través de la opción “me gusta” y “compartir” esto con la finalidad de llegar a mucho más público.



Figura 75. Logo Montalvo Spa. Montalvo Spa.



Figura 76. Logo Soho color. Soho color Sal3n & Spa.

4.3.4.2. Promoci3n para todos los a1os

Estas promociones las realizaremos todos los a1os ser3n en fechas festivas.

D3a de la mujer



Figura 77. D3a de la mujer. Radio lagarto mx.

Al estar dirigidos especialmente para el p3blico femenino que mejor que celebrar su d3a que con nuestro kit de belleza, para ello brindaremos un 10% de descuento en todos los kits que se compren el d3a 8 de marzo.

Día de la madre



Figura 78. Día de la madre. Elaboración propia.

Estaremos sorteando un kit de belleza en nuestras redes sociales, adicionalmente todas nuestras compras tendrán de descuento del 20% en todo Labiales. Estaremos dando asesoramiento de maquillaje en tiendas por departamentos específicas.

Fiestas patrias



Figura 79. Fiestas Patrias Perú. América Retail.

Tendremos la oferta de llévate el segundo kit a un 15% de descuento y nuestros productos individuales un 10% de descuento en el segundo producto.

Navidad



Figura 80. Navidad. Elaboración propia.

Tendremos activaciones de nuestros productos para estar presentes en la mente de los consumidores. Contaremos con descuentos del 10% en todos nuestros kit y productos.

Los gastos y costos incurridos en la promoción y publicidad para nuestra campaña de lanzamiento.

Tabla 35
Campaña de lanzamiento, etapa preoperativa.

Descripción	Cant	Costo unitario	Valor total	IGV 18%	Precio de venta total
Campaña de lanzamiento (YouTube)	1	2,517	2,517	453	2,970
Activaciones	1	1,500	1,500	270	1,770
Página web, diseño creación	1	1,300	1,300	234	1,534
Mantenimiento página web	1	200	200	36	236
Afiches, paneles, dípticos y trípticos.	1	8,600	8,600	1,548	10,148
Fan page Facebook (primer pago)	1	15	15	3	18
Pago de maquilladoras	1	1,500	1,500	-	1,500
Kits de regalo sorteos	2	178	356	64	420
Otros gastos de marketing de lanzamiento	1	2,000	2,000	360	2,360
Total		17,810	17,988	2,968	20,956

Nota: Elaboración propia.

Capítulo V: Estudio legal y organizacional

5.1. Estudio Legal.

5.1.1. Forma societaria

“Compañía de Cosméticos Naturales Besamu Beauty S.A.C.” será una sociedad anónima cerrada (S.A.C.), según la L.G.S (Ley N° 26887). Seremos una organización integrada por personas naturales que se asocian para el desarrollo de una actividad comercial. Estará constituida por cinco (05) socios, sin superar el límite permitido de veinte accionistas.

La sociedad se desarrollará bajo principios democráticos, es decir todos los socios poseerán la misma cantidad de acciones y todos participarán activamente de las decisiones organizacionales para manifestar la voluntad social. Así mismo, las acciones de la “Compañía de Cosméticos Naturales Besamu Beauty S.A.C.”, no estarán inscritas en el registro público de mercado de valores por tratarse de una sociedad anónima cerrada.

No tendremos Directorio. Por lo tanto, es el Gerente General quién tendrá las capacidades de la organización. Por otro lado, el capital social de la “Compañía de Cosméticos Naturales Besamu Beauty S.A.C.” estará conformado de la siguiente manera.

Tabla 34
Aporte de capital por cada socio (aproximado).

Accionistas	Porcentaje (%)
Alarcón Zamora, Hugo Nicanor	20.00%
Rivera Córdova, Luis Wagner	20.00%
Lázaro Quispe, Jesús Alberto	20.00%
Reyes Cubas Martha Julia	20.00%
Vidal Canales, Bilangie Brigitte	20.00%
Total	100.00%

Nota: Elaboración propia.

Actividades y Valorización.

Tabla 35
Formación societaria (expresado en soles)

Actividades	Detalles	Duración	Precio de venta
Búsqueda de nombre	Se realiza en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los registros públicos).	1 día hábil	5.00
Reserva de nombre	Reserva de nombre por 30 días en la SUNARP.	1 día hábil	20.00
Elaborar Minuta de Constitución y Escritura Publica	Derecho de la Inscripción de la Constitución de la Empresa Derecho de la Inscripción por cada socio: 05 Elaboración de la minuta Asesoría legal para la creación de la Minuta Gastos notariales de la escritura publica	5 días hábiles	550.00
Inscripción en registro público	Inscripción en SUNARP	30 días hábiles	90.00
Obtención de RUC y comprobantes de pago	Trámite para obtener RUC. Se optó por trabajar bajo el Régimen MYPE	1 día hábil	Gratuito
	Impresión de comprobantes de pago (facturas, boletas de venta, guías de remisión, notas de crédito y débito)	2 días hábiles	236.00
Legalizar libros contables	Es necesario legalizar los libros contables que se utilizarán. Son 6 libros contables	2 días hábiles	141.60
Libro de Planillas	Obtener autorización del libro de planillas de pago de remuneraciones	5 días hábiles	41.50
Monto Total			1,079.10

Nota: Elaboración propia.

5.1.2. Registro de marcas y patentes

Para registrar la marca Besamu Beauty debemos realizar los siguientes pasos en INDECOPI.

Búsqueda de antecedentes

Permite conocer la preexistencia de signos distintivos (marcas u otros signos) idénticos o similares, que puedan impedir el registro de nuestra marca.

Antes de pedir el registro de la marca, se tendrá que definir cuales productos y/o servicios se desea diferenciar y situar en qué clase de la Clasificación Internacional se encuentra.

Presentación de la solicitud de registro de marca

Esta etapa se completa el formato con todos los requisitos mínimos que solicita INDECOPI, información como los detalles de datos del solicitante, tipo de signo (marca), la identificación de nuestros productos a registrar, datos del solicitante, etc. Además, también comprende la presentación del expediente ante la INDECOPI.

Examen de los requisitos de forma

Dentro de los 15 días útiles de recibido la solicitud.

Publicación de la solicitud

Previa orden de publicación de la Dirección. Se deberá realizar la publicación de la solicitud de registro una sola vez en el diario Oficial El Peruano. El plazo para ejecutar la publicación es de treinta (30) días hábiles, contado desde el día siguiente de la notificación de la orden de publicación.

Actividades y valorización.

Tabla 36
Registro de marcas y patentes (expresado en soles)

Actividades	Detalles	Duración	Valor de venta	IGV	Precio de venta
Búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos	Actividad realizada en INDECOPI para validar si ya existe algún elemento fonético y/o figurativo común con nuestra marca	Inmediato	26.26	4.73	30.99
Solicitud de registro de marcas de productos	Actividad realizada en INDECOPI para registrar marca de producto	24 horas	453.38	81.61	534.99
Publicación en el diario oficial El Peruano	Publicar un anuncio previa orden de publicación de INDECOPI	05 días hábiles	423.73	76.27	500.00
Monto Total			903.37	162.61	1,034.99

Nota: Elaboración propia.

5.1.3. Licencias y autorizaciones

Para obtener las licencias se realizarán los siguientes trámites:

Licencia Municipal de funcionamiento

Se deberán de presentar en la Municipalidad de La Victoria los requerimientos mínimos siguientes:

-
- Formulario gratuito de solicitud - Declaración Jurada debidamente llenada, que incluya: Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, cuando se trata de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder simple.
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- Derecho de trámite. (Pago realizado)

Certificado de Defensa Civil

Se debe de hacer un trámite para una inspección técnica de seguridad en defensa civil, para el cual se presentan los siguientes requisitos:

- Derecho de inspección de 101 a 500 m².
- Solicitud del ITSDC.
- Declaración jurada de no haber realizado ninguna modificación al objeto de la inspección.
- Copia de la cartilla de seguridad y/o Plan de Seguridad en Defensa Civil (incluye plano de señalización y evacuación).
- Copia de DNI del titular o carta poder simple del propietario al representante legal con copia de DNI.
- Para la inspección debemos adecuar nuestro local con los requisitos mínimos de seguridad para obtener el certificado de defensa civil.

Actividades y valorización.

Tabla 37
Actividades y valorización (expresado en soles)

Actividades	Detalles	Duración	Valor Venta	IGV	Precio venta
Licencia de funcionamiento	Será obtenida en la municipalidad de La Victoria para un área de hasta 500 m2 y se debe presentar: - Declaración jurada (incluir número de RUC). - Vigencia de poderes. - Inspección técnica de Defensa Civil.	15 días hábiles	187.54	33.76	221.30
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	Tener habilitadas las condiciones de seguridad exigidas (Duración aprox. 15 días útiles).	7 días hábiles	77.00	13.86	90.86
Autorización Sanitaria (Digemid)	Inscripción en el registro sanitario de dispositivos, médicos de la clase 2	90 días hábiles	1,825.80	328.65	2,154.45
Certificación (Digemid)	De buenas prácticas de manufactura de laboratorio de fabricación de productos cosméticos nacionales.	3 días hábiles	1,702.50	306.45	2,008.95
Monto Total			3,605.30	648.96	4,254.26

Nota: Elaboración propia.

5.1.4. Legislación laboral

La Compañía de Cosméticos Naturales Besamu Beauty S.A.C, estará sujeta a todo los beneficios y obligaciones del DECRETO SUPREMO N° 003-97-TR (Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Ley de productividad y competitividad laboral).

Tabla 38
Beneficios Laborales.

Beneficio de los trabajadores	Detalles
Jornada laboral	8 horas diarias
Remuneración	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Descanso	Descanso semanal y en feriados
Despido arbitrario	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (Con un tope de 120 días de remuneración)
CTS	Derecho a la compensación por tiempo de servicios (CTS) Siendo 15 días de remuneración al año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
Gratificaciones	1/2 sueldo en Julio y 1/2 sueldo en diciembre
Vacaciones	15 días por cada año de servicios
Derecho colectivo	Derechos colectivos según las normas del régimen de la actividad privada.
Seguro Social de Salud	Cobertura de ESSALUD.
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)	Cobertura de seguro en caso realice actividades de riesgo SCTR

Nota: Elaboración propia.

5.1.5. Legislación tributaria

De acuerdo con la legislación tributaria del país y considerando que pertenecemos al Régimen MYPE, es obligatorio el pago de ciertos impuestos que la “Compañía de Cosméticos Naturales Besamu Beauty S.A.C.”

Obligaciones

- Los libros contables (Ingresos < 100 UIT, deberá llevar Registro de Ventas e Ingresos, Registro de Compras, Libro de Inventario y Balances, Libro de Caja y Bancos y Registro de Activos Fijos. De ser > a 100 UIT, deberá llevar contabilidad total).
- Dar recibos de pago en las ventas y pedirlos en las compras que ejecuten. Puede dar los siguientes recibos de pago: boletas, facturas de venta, liquidación de compra, notas de débito, notas de crédito, guías de remisión, entre otros.

- Exponer la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta en la forma, plazo y lugar que la SUNAT establezca y declaración pago mensual.
- Efectuar las retenciones a los colaboradores (dependientes e independientes).

Tabla 39
Legislación Tributaria.

Actividades	Detalles	Valorización
Impuesto a la Renta	Nos corresponde el impuesto a la renta de tercera categoría. El impuesto se realiza al finalizar el año y el saldo a pagar se calcula al tener las ganancias ya deducidas de todo gasto. La declaración y pago se efectúa dentro de los tres primeros meses del año siguiente, teniendo en cuenta el cronograma de vencimientos aprobado por SUNAT. Cabe señalar que debemos realizar pagos a cuenta (2% mensual), los cuales serán deducibles de la regularización anual.	29.50%
Impuesto General a las Ventas (IGV)	El IGV o Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.	18%
Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF)	Permite la bancarización de las operaciones económicas y comerciales que realiza la compañía a través de empresas del sistema financiero. Se genera cada vez que se realiza una transacción en la cuenta bancaria, ya sea depósito o retiro y el % se aplica sobre el monto.	0.005%

Nota: Fuente SUNAT

5.1.6. Otros aspectos legales

Ley general de industrias (Ley N.º 23407). Aquí mencionan las normas legales, que deben acatar las empresas industriales, en aspectos como higiene industrial y seguridad, en la buena pro de los colaboradores de la empresa.

5.1.7. Resumen del capítulo

Cuadro valorizado de todos los puntos previos, distribuido por las áreas de Administración, Ventas y Operaciones / Producción.

Tabla 40
Resumen del capítulo (expresado en soles)

Activos intangibles			Amortización de activos intangibles								
Descripción Forma Societaria	Valor Venta	IGV	Precio de Venta	Amortización		Producción		Administración		Ventas	
				Año 1	% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total	
Reserva de nombre	20.00		20.00	20.00	0%	-	100%	20.00	0%	-	
Elaborar Minuta de Constitución y Escritura Publica	550.00		550.00	550.00	0%	-	100%	550.00	0%	-	
Inscripción en registro público y entrega Testimonio de la empresa	90.00		90.00	90.00	0%	-	100%	90.00	0%	-	
Obtención de RUC y comprobantes de pago	200.00	36.00	236.00	236.00	0%	-	100%	236.00	0%	-	
Legalizar libros contables	120.00	21.60	141.60	141.60	0%	-	100%	141.60	0%	-	
Libro de Planillas	41.50		41.50	41.50	0%	-	100%	41.50	0%	-	
Marcas y patentes											
Búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos	58.86	10.59	69.45	69.45	0%	-	100%	69.45	0%	-	
Solicitud de registro de marcas de productos	453.38	81.60	576.85	576.85	0%	-	100%	576.85	0%	-	
Publicación en el diario oficial El Peruano	423.73	76.27	500.00	500.00	0%	-	100%	500.00	0%	-	
Licencias y Autorizaciones											
Licencia de funcionamiento	187.54	33.76	221.30	221.30	30%	66.39	40%	88.52	30%	66.39	
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	77.00	13.86	90.86	90.86	30%	27.26	40%	36.34	30%	27.26	
Monto Total	229.06	47.62	312.16	2,537.56		93.65		2,350.26		93.65	

Nota: Elaboración propia.

5.2. Estudio organizacional

5.2.1. Organigrama funcional.

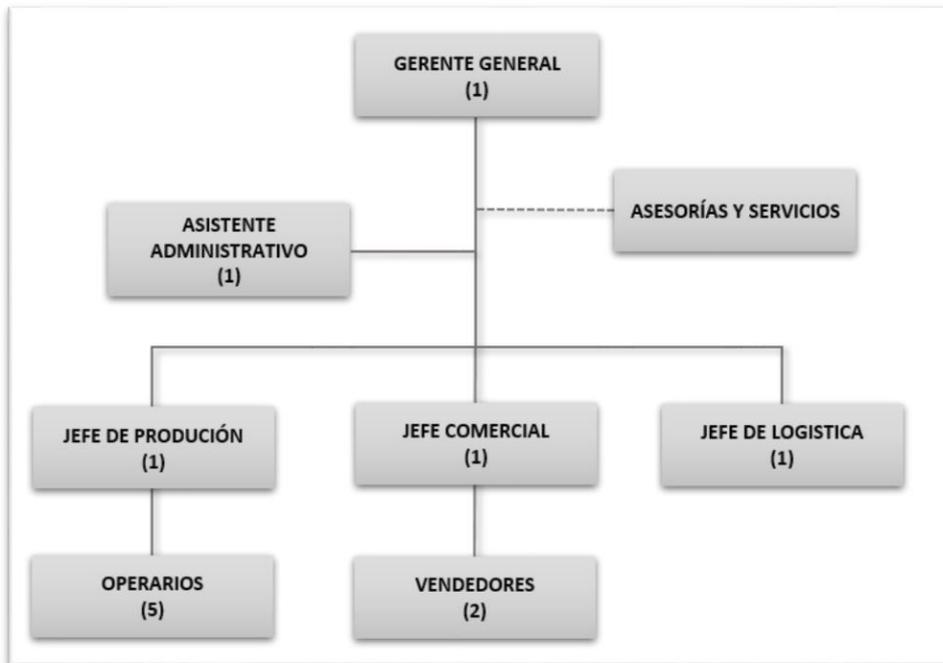


Figura 81. Organigrama Besamu Beauty. Elaboración propia.

5.2.2. Servicios tercerizados.

Los servicios tercerizados que se han considerado son:

- Contabilidad - Legal
- Soporte TI
- Transporte
- Seguridad
- Limpieza

5.2.3. Descripción de puestos de trabajo.

Tabla 41

Ficha perfil de puesto - Gerente General.

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO			
Nombre del puesto:	Gerente General		
COMPETENCIAS			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación:	Universitaria	Bachiller	Administración de empresas, Ingeniería industrial
Experiencia:	2 años como gerente		
Otros:	Manejo de softwares de ofimática, Ingles avanzado		
Habilidades:	Poder de Negociación Comunicador Resolución de conflictos Innovador visionario Liderazgo		
Funciones:	Representación de la empresa Desarrollar las estrategias y políticas empresariales Gestión de personal Evaluación y optimización de resultados Planificación y control de la empresa Alcanzar objetivos organizacionales		
CONDICIONES DEL PUESTO			
Tipo de contrato:	Contrato indeterminado		
Remuneración:	S/. 4,000		
Frecuencia:	Mensual		
Ubicación:	Oficina y campo		
Beneficios sociales:	Si		
Jornada:	Diurna		
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 42
 Ficha perfil de puesto - Asistente Administrativo.

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO			
Nombre del puesto:	Asistente administrativo		
COMPETENCIAS			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación:	Universitaria	Bachiller	Administración de empresas, Finanzas
Experiencia:	2 años		
Otros:	Manejo de softwares de ofimática, Ingles avanzado		
Habilidades:	Poder de Negociación Comunicador Resolución de conflictos Trabajo en equipo		
Funciones:	Manejo de documentación programación de pagos Soporte a la gerencia Control de contratos Cobro de facturas Administración de personal Supervisión del cumplimiento de normas		
CONDICIONES DEL PUESTO			
Tipo de contrato:	Fijo		
Remuneración:	S/. 2,250		
Frecuencia:	Mensual		
Ubicación:	Oficina y campo		
Beneficios sociales:	Si		
Jornada:	Diurna		
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 43
 Ficha perfil de puesto - Jefe de Producción.

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO			
Nombre del puesto:	Jefe de Producción		
COMPETENCIAS			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación:	Universitaria	Ingeniero	Ingeniero Químico
Experiencia:	2 años como jefe de producción		
Otros:	Estudios de procesos de producción o gestión industrial		
Habilidades:	Dirección y gestión de personal Planificación Resolución de problemas		
Funciones:	Planificar, verificar y evaluar los procesos de producción Supervisar el personal a cargo Control de calidad Creación de nuevas variedades de productos Optimización de productividad Cumplir estándares de calidad Control del inventario y maquinaria		
CONDICIONES DEL PUESTO			
Tipo de contrato:	Contrato indeterminado		
Remuneración:	S/. 3,200		
Frecuencia:	Mensual		
Ubicación:	Planta		
Beneficios sociales:	Si		
Jornada:	Diurna		
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 44
 Ficha perfil de puesto - Jefe Comercial.

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO			
Nombre del puesto:	Jefe Comercial		
COMPETENCIAS			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación:	Técnico	Profesional	Marketing, Administración
Experiencia:	2 años como Jefe Comercial		
Otros:	Manejo de softwares de ofimática, Ingles avanzado, Marketing digital		
Habilidades:	Poder de negociación Persuasión y comunicación Dominio de medios digitales		
Funciones:	Supervisión y control del personal de ventas Relación con los clientes Diseñar e implementar el plan de marketing Diseñar las estrategias comerciales Evaluar el desempeño de los vendedores Elaboración de proyecciones Investigación del mercado y sus tendencias Supervisión del contenido del Website Comunity Manager		
CONDICIONES DEL PUESTO			
Tipo de contrato:	Contrato indeterminado		
Remuneración:	S/. 3,500		
Frecuencia:	Mensual		
Ubicación:	Oficina y campo		
Beneficios sociales:	Si		
Jornada:	Diurna		
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 45
 Ficha perfil de puesto - Jefe de Logística

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO			
Nombre del puesto:	Jefe de Logística		
COMPETENCIAS			
	Grado de instrucción	Título	Profesión
Educación:	Técnico	Profesional	Logística, Administración
Experiencia:	2 años como Jefe de Logística		
Habilidades:	Trabajo en equipo Capacidad de análisis Planificación		
Funciones:	Recepción e inspección de materia prima Control de inventario y almacenaje de productos e insumos Planificación y control de la cadena de suministro Coordinar con el área de ventas y producción Gestión de compras, transporte y distribución		
CONDICIONES DEL PUESTO			
Tipo de contrato:	Fijo		
Remuneración:	S/. 2,500		
Frecuencia:	Mensual		
Ubicación:	Oficina y campo		
Beneficios sociales:	Si		
Jornada:	Diurna		
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 46
 Ficha perfil de puesto - Operario de Producción.

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del puesto:	Operario de producción
COMPETENCIAS	
Grado de instrucción	
Educación:	Secundaria completa
Experiencia:	1 año en puestos similares
Habilidades:	Trabajo en equipo Deseo de superación Proactivo
Funciones:	Operaciones de elaboración del producto Recepción y preparación de insumos Empaque de productos terminados Cuidado y limpieza de instrumentos y equipos Cumplir normas y procedimientos de la empresa
CONDICIONES DEL PUESTO	
Tipo de contrato:	Fijo
Remuneración:	S/. 980
Frecuencia:	Mensual
Ubicación:	Planta
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 47

Ficha perfil de puesto - Operario de empaque y almacén

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del puesto:	Operario empaque y almacén
COMPETENCIAS	
	Grado de instrucción
Educación:	Secundaria completa
Experiencia:	1 año en puestos similares
Habilidades:	Trabajo en equipo Deseo de superación Proactivo
Funciones:	Recepción de materia prima Control de guías Etiquetado Empaquetado Registro de inventario Cumplir normas y procedimientos de la empresa
CONDICIONES DEL PUESTO	
Tipo de contrato:	Fijo
Remuneración:	S/. 930
Frecuencia:	Mensual
Ubicación:	Planta
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 48
 Ficha perfil de puesto - Vendedor.

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del puesto:	Vendedor
COMPETENCIAS	
	Grado de instrucción
Educación:	Secundaria completa
Experiencia:	1 año en ventas
Habilidades:	Persuasivo Proactivo Extrovertido
Funciones:	Gestión de las ventas Visita, asesoramiento y fidelización de clientes Captación de nuevos clientes Verificación de entrega de productos
CONDICIONES DEL PUESTO	
Tipo de contrato:	Fijo
Remuneración:	S/. 1,250
Frecuencia:	Mensual
Ubicación:	Oficina y campo
Beneficios sociales:	Si
Jornada:	Diurna
Horario:	Lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. Sábados de 8:30 a.m. 1:30 p.m.

Nota: Elaboración propia.

5.2.4. Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

- **Contabilidad - Legal:** Se contará con los servicios de un estudio contable, que estará a cargo de los libros contables, planilla, tributación, declaración jurada, estados y reportes financieros, así como la asesoría legal para la empresa como redacción y revisión de contratos, propiedad intelectual y otros.
- **Soporte TI:** Se contará con una empresa que brinde los servicios de alojamiento, diseño y mantenimiento del Website, así como el soporte de software, equipos de cómputo, redes, mantenimiento y otros servicios que sean necesarios.
- **Transporte:** Este servicio se encargará del transporte de materia prima cuando sea necesario y de la entrega de nuestros productos a nuestros clientes.
- **Mantenimiento:** Este servicio lo proporciona la empresa proveedora de cada tipo de maquinaria, quien cuenta con los repuestos y la experiencia necesaria.
- **Seguridad:** Se contará con los servicios de una empresa las veinticuatro horas los siete días de la semana, que brinde tanto personal como también un sistema de monitoreo con cámaras de seguridad.
- **Limpieza:** Se contará con los servicios de limpieza a tiempo parcial para las áreas de oficinas y almacén.

5.2.5. Aspectos laborales

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

Tabla 49

Tipo de contrato por puesto.

Puesto	Tipo de contrato
Gerente General	indeterminado
Asistente administrativo	temporal
Jefe de producción	indeterminado
Jefe comercial	indeterminado
Jefe de logística	temporal
Operarios	temporal
Vendedores	temporal

Nota: Elaboración propia.

Tabla 50

Tipo de contrato de servicios tercerizados.

Servicio	Tipo de contrato
Contabilidad - Legal	Locación de servicios
Soporte TI	Locación de servicios
Transporte	Locación de servicios
Mantenimiento	Locación de servicios
Impulsadoras	Locación de servicios
Seguridad	Locación de servicios
Limpieza	Locación de servicios

Nota: Elaboración propia.

b. Régimen laboral de puestos de trabajo.

Besamu Beauty se inscribirá en el registro REMYPE, específicamente en el régimen laboral MYPE Pequeña empresa, el cual señala que las ventas anuales están comprendidas entre las 150 y 1700 UIT (unidades impositivas tributarias), cuyos beneficios y características se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 51

Derechos laborales del Régimen Laboral de la micro y pequeña empresa.

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Nota: Fuente SUNAT

c. Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 52

Planilla de sueldo mensual, años 2020 – 2024 (expresado en soles).

Cargo	Área	Cant.	Sueldo básico mensual	SCRT mensual	Sub total mensual	ESSALUD	Total por trabajador	Total planilla
Gerente General	Admin.	1	4,000.00	103.20	4,103.20	369.29	4,472.49	4,472.49
Asistente administrativo	Admin.	1	2,250.00	58.05	2,308.05	207.72	2,515.77	2,515.77
Jefe de producción	Prod.	1	3,200.00	82.56	3,282.56	295.43	3,577.99	3,577.99
Jefe comercial	Ventas	1	3,500.00	90.30	3,590.30	323.13	3,913.43	3,913.43
Jefe de logística	Oper.	1	2,500.00	64.50	2,564.50	230.81	2,795.31	2,795.31
Operarios	Prod.	3	980.00	25.28	1,005.28	90.48	1,095.76	3,287.28
Operario Empaq. y Almac.	Almacén	2	930.00	23.99	953.99	85.86	1,039.85	2,079.71
Vendedores	Ventas	2	1,250.00	32.25	1,282.25	115.40	1,397.65	2,795.31
Total		12	18,610.00	480.14	19,090.14	1,718.11	20,808.25	25,437.28

Nota: Elaboración propia.

Tabla 53

Planilla de sueldo anual, años 2020 – 2024 (expresado en soles).

Cargo	Área	Cant.	Sueldo básico mensual	SCRT mensual	Sub total mensual	Sub total anual	Gratif.	ESSALUD	CTS	Total por trabajador	Total planilla
Gerente General	Admin.	1	4,000.00	103.20	4,103.20	49,238.40	4,103.20	4,800.74	2,051.60	60,193.94	60,193.94
Asistente administrativo	Admin.	1	2,250.00	58.05	2,308.05	27,696.60	2,308.05	2,700.42	1,154.03	33,859.09	33,859.09
Jefe de producción	Prod.	1	3,200.00	82.56	3,282.56	39,390.72	3,282.56	3,840.60	1,641.28	48,155.16	48,155.16
Jefe comercial	Ventas	1	3,500.00	90.30	3,590.30	43,083.60	3,590.30	4,200.65	1,795.15	52,669.70	52,669.70
Jefe de logística	Oper.	1	2,500.00	64.50	2,564.50	30,774.00	2,564.50	3,000.47	1,282.25	37,621.22	37,621.22
Operarios	Prod.	3	980.00	25.28	1,005.28	12,063.41	1,005.28	1,176.18	502.64	14,747.52	44,242.55
Operario Empaq. y Almac.	Almacén	2	930.00	23.99	953.99	11,447.93	953.99	1,116.17	477.00	13,995.09	27,990.18
Vendedores	Ventas	2	1,250.00	32.25	1,282.25	15,387.00	1,282.25	1,500.23	641.13	18,810.61	37,621.22
Total		12	18,610.00	480.14	19,090.14	229,081.66	19,090.14	22,335.46	9,545.07	280,052.32	342,353.06

Nota: Elaboración propia.

d. Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.

Tabla 54

Gastos por servicios tercerizados. Años 2020 – 2024.

Cargo	Cant.	Mensual	Anual	Años 2020-2021	Años 2022-2024
Contabilidad - Legal	1	950.00	11,400.00	22,800.00	34,200.00
Soporte TI	1	1,000.00	12,000.00	24,000.00	36,000.00
Transporte	1	525.11	6,301.38	12,046.97	19,459.92
Seguridad	1	1,500.00	18,000.00	36,000.00	54,000.00
Limpeza	1	1,100.00	13,200.00	26,400.00	39,600.00
Mantenimiento	1	900.00	10,800.00	0.00	32,400.00
Total		5,075.11	71,701.38	121,246.97	183,259.92

Nota: Elaboración propia.

e. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Tabla 55

Horario de trabajo por puesto.

Personal	Clasificación	Horario	
		Lun - Vie	Sábados
Gerente General	Administración	8:30 am - 5:30 pm	8:30 am - 1:30 pm
Asistente administrativo	Administración	8:30 am - 5:30 pm	8:30 am - 1:30 pm
Jefe de producción	CIF	8:30 am - 5:30 pm	8:30 am - 1:30 pm
Jefe comercial	Ventas	8:30 am - 5:30 pm	8:30 am - 1:30 pm
Jefe de logística	CIF	8:30 am - 5:30 pm	8:30 am - 1:30 pm
Operarios	MOD	8:30 am - 5:30 pm	8:30 am - 1:30 pm
Vendedores	Ventas	8:30 am - 5:30 pm	8:30 am - 1:30 pm

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VI: Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

6.1.1. Capacidad instalada

a. Criterios.

Para obtener la capacidad instalada, se tomarán la cantidad de producción por hora de cada producto, multiplicado la cantidad de horas diarias (8 horas) y días trabajados mensualmente (25 días al mes) obtendremos la capacidad instalada mensual.

A este resultado lo multiplicamos por los meses del año para obtener la capacidad instalada anual.

b. Cálculos.

Formula:

Capacidad Instalada Anual = (Producción por Hora) * (Horas de Trabajo Diaria) * (Días de trabajo mensual) * (Meses al año).

Tabla 56

Cálculo Capacidad Instalada si la máquina trabajara todo el horario laboral.

Producto	Prod. x Proceso	Prod. x hora	Horas de Trab. x día	Días de Trab. x mes	Capacidad Instalada Diaria	Capacidad Instalada Mensual	Capacidad Instalada Anual
Labial	12	20.00	8	25	160.00	4,000	48,000
Rímel Polvos	12	17.14	8	25	137.14	3,429	41,143
Compactos	18	20.00	8	25	160.00	4,000	48,000

Nota: Elaboración propia.

Tabla 57

Cálculo Capacidad Instalada.

PRODUCTO	Tiempo Pre-maquina	Tiempo Produccion (en horas)	Tiempo Post-maquina	Producción x Proceso	Producción x hora	Horas de Trabajo x día	Días de trabajo x mes	Capacidad Instalada Diaria	Capacidad Instalada Mensual	Capacidad Instalada Anual
Labial	1.50	1	1.50	12	7.90	8	25	63.21	1,580	18,963
Rímel	1.58	1	1.50	12	8.22	8	25	65.76	1,644	19,728
Polvos Compactos	2.33	2	1.83	18	4.71	8	25	37.72	943	11,315

Nota: Elaboración propia.

6.1.2. Capacidad utilizada

a. Criterios.

Para calcular el porcentaje de utilización, se tomará en cuenta las cantidades demandadas de nuestros productos y se comparará contra la capacidad instalada, así encontraremos el porcentaje deseado.

b. Cálculos.

Labial

Tabla 58
Calculo Capacidad Utilizada Labial.

Producción Anual	2020	2021	2022	2023	2024
Capacidad Utilizada	10,070	10,372	10,683	11,003	11,333
Capacidad Instalada	18,963	18,963	18,963	18,963	18,963
% Utilización de la capacidad instalada	53%	55%	56%	58%	60%
% Capacidad Ociosa	46.90%	45.30%	43.66%	41.97%	40.23%

Nota: Elaboración propia.

Rímel

Tabla 59
Calculo Capacidad Utilizada Rimel.

Producción Anual	2020	2021	2022	2023	2024
Capacidad Utilizada	8,722	8,984	9,254	9,531	9,817
Capacidad Instalada	19,728	19,728	19,728	19,728	19,728
% Utilización de la capacidad instalada	44%	46%	47%	48%	50%
% Capacidad Ociosa	55.79%	54.46%	53.09%	51.69%	50.24%

Nota: Elaboración propia.

Polvos Compactos

Tabla 60
Calculo Capacidad Utilizada Polvos Compactos.

Producción Anual	2020	2021	2022	2023	2024
Capacidad Utilizada	9,481	9,766	10,059	10,361	10,671
Capacidad Instalada	11,315	11,315	11,315	11,315	11,315
% Utilización de la capacidad instalada	84%	86%	89%	92%	94%
% Capacidad Ociosa	16.21%	13.70%	11.11%	8.44%	5.69%

Nota: Elaboración propia.

La maquinaria utilizada es de tipo industrial; al no haber maquinaria intermedia entre esta y la producción manual en el mercado, la capacidad utilizada de la misma es en promedio de 23%, a pesar de ello es más rentable adquirir maquinaria que contratar más operarios, como se puede apreciar en la tabla 51.

Tabla 61
Comparación Acumulada de Gastos de Operario vs Compra de Maquinaria.

	al 1er año	al 3er año	al 5to año
3 Maquinas	103,788	114,588	119,988
3 Operarios	44,243	132,728	221,213
Total	59,546	(18,140)	(101,225)

Nota: Elaboración propia, los montos incluyen beneficios sociales y seguros en el caso de los operarios y mantenimiento en el de maquinaria.

Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Conforme se observa en las tablas del punto anterior, el porcentaje de utilización tiende a crecer anualmente, esto ya que la demanda del mercado también crece, por ende, la capacidad utilizada se incrementa.

6.1.3. Capacidad máxima

a. Criterios.

Para este cálculo de capacidad máxima, se considerará 12 horas de trabajo diario x 30 días al mes.

b. Cálculos.

Tabla 62
Calculo Capacidad Máxima.

PRODUCTO	Tiempo Pre-maquina	Tiempo Produccion (en horas)	Tiempo Post-maquina	Producción x Proceso	Producción x hora	Horas de Trabajo x día	Días de trabajo x mes	Capacidad Instalada Diaria	Capacidad Instalada Mensual	Capacidad Instalada Anual
Labial	1.50	1	1.50	12	7.90	12	30	94.81	2,844	34,133
Rímel	1.58	1	1.50	12	8.22	12	30	98.64	2,959	35,511
Polvos Compactos	2.33	2	1.83	18	4.71	12	30	56.58	1,697	20,368

Nota: Elaboración propia.

6.2. Procesos

6.2.1. Diagrama de flujo de proceso de producción

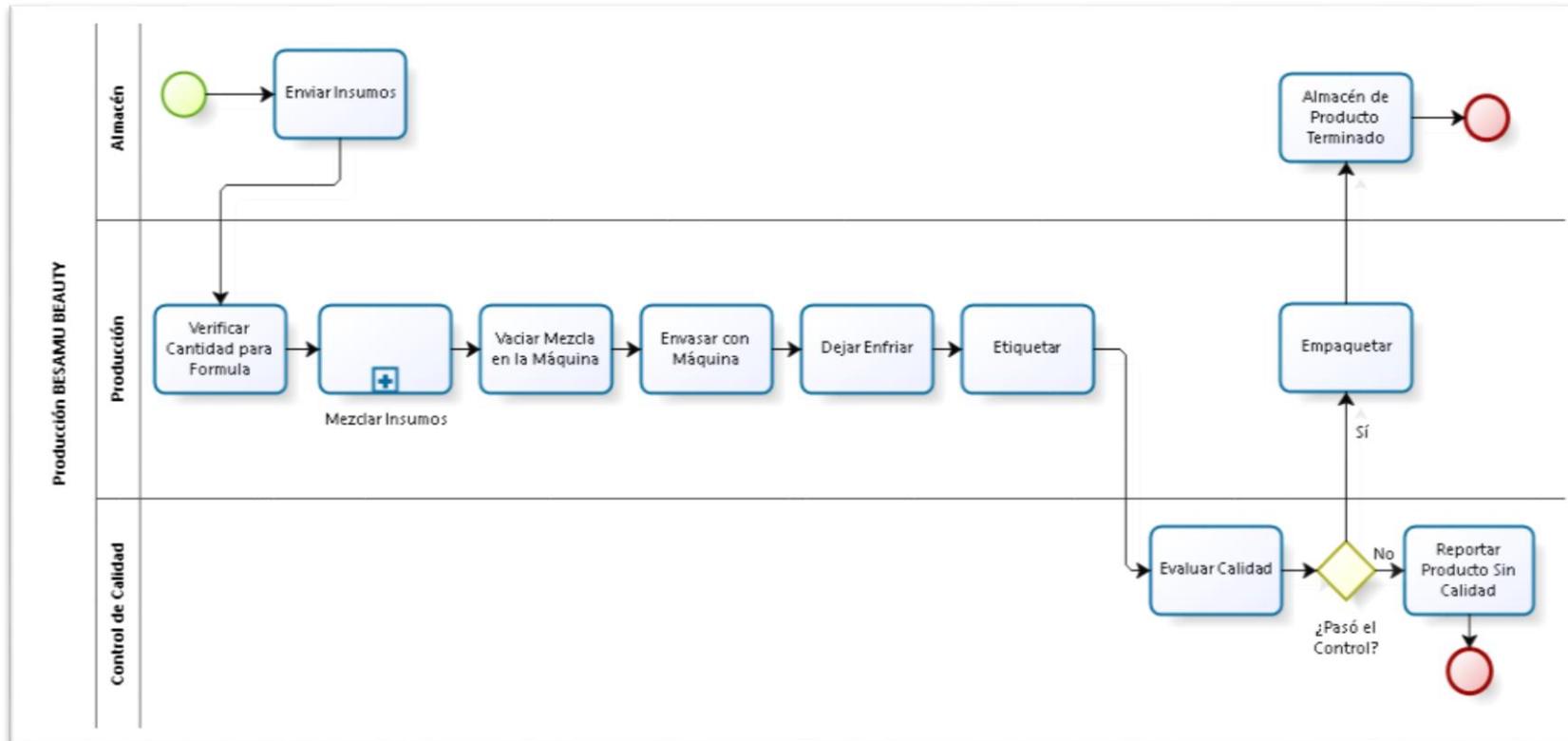


Figura 82. Diagrama de proceso de producción de Productos. Elaboración propia.

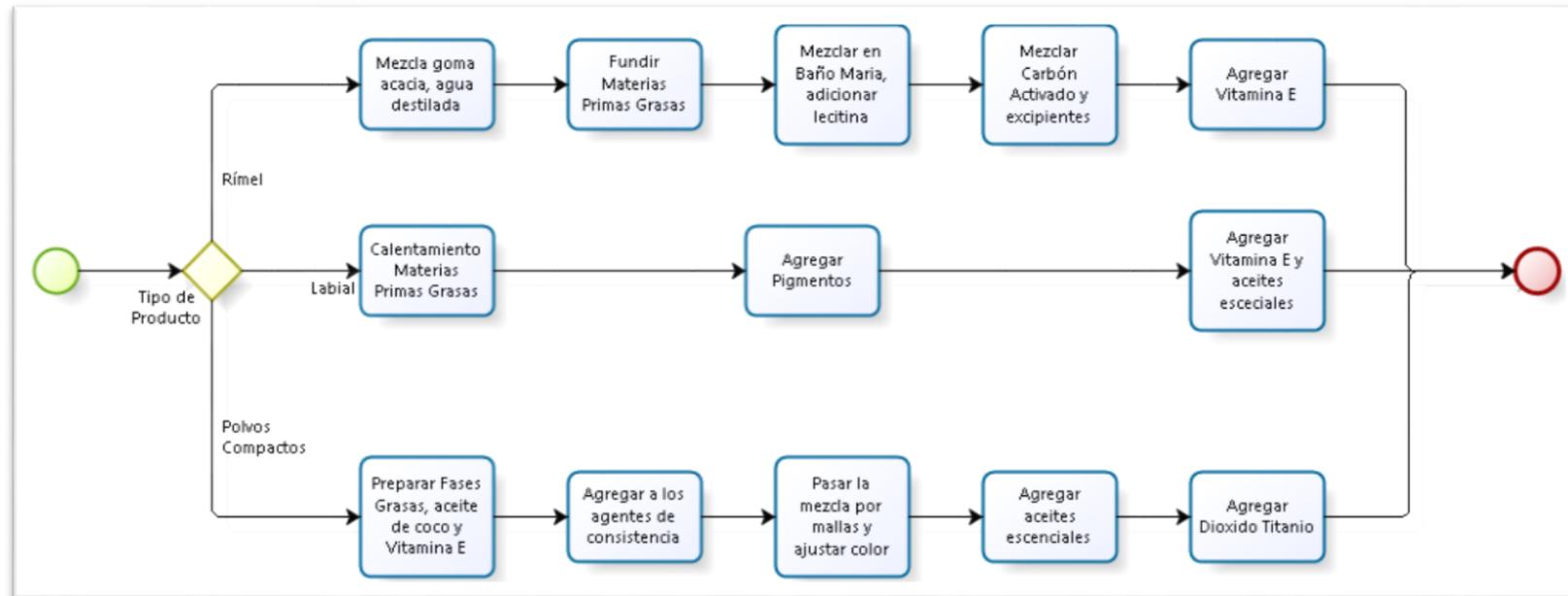


Figura 83. Sub Proceso Mezcla de Insumos. Elaboración propia.

Definición del proceso

- **Enviar Insumos:** En este proceso se realiza el envío de los insumos necesarios, por parte del responsable de almacén, para la elaboración de nuestros productos, dependiendo el tipo de producto a producir, se necesitarán distintos insumos y envases.
- Se hace la aclaración que únicamente se va a producir y comercializar una sola tonalidad por producto:
- **Polvos Compactos:** Tono medio.
- **Labial:** Tono guinda (PANTONE 7421 C).
- **Rímel:** Tono negro.
- **Verificar Cantidad para formula:** Es en este proceso que se tiene que seleccionar cuidadosamente las cantidades exactas de insumos para la elaboración del producto.
- **Mezcla de insumos:** Se inicia el proceso de mezclado de cada insumo dependiendo el producto a procesar, se hace de manera manual hasta llegar a una masa homogénea y con el tono deseado.
- **Vaciar Mezcla en la maquina:** En este proceso se vacía la masa en el recipiente de la máquina cuidadosamente, se debe tener en cuenta que se haya realizado una limpieza correcta a la maquina como parte de este proceso.
- **Envasar con la máquina:** Se procesará la mezcla con la máquina y se vaciará esta mezcla en cada uno de sus envases individualmente.
- **Dejar Enfriar:** Se dejará enfriar los productos envasados resultantes del proceso con la máquina.
- **Etiquetar:** Se colocará manualmente las etiquetas de Marca a cada producto.
- **Evaluar la calidad:** Una vez producido, un personal de control de calidad tomara al azar un producto y verificará que este cumpla con la calidad y tono.
- **Reportar Producto sin calidad:** En el caso que un producto no cumpla con la calidad deseada, se observara todo el lote del cual proviene el producto y se verificarán individualmente.
- **Empaquetar:** Si el producto paso el control de calidad, este se colocará en el empaque que le corresponde, puede ser un empaque individual o dentro del Kit.
- **Almacén de Producto Terminado:** Finalmente el producto finalizado se colocará en almacén para su distribución y/o comercialización.

Tabla 63
Tiempos de Proceso en Minutos.

Proceso	Tipo	Tiempo (Labial)	Tiempo (Rímel)	Tiempo (Polvos Compactos)
Recepción de Insumos	Manual	30	30	30
Verificar Cantidad para Formulas	Manual	25	20	45
Mezclar Insumos	Manual	25	35	45
Vaciar Mezcla en la Maquina	Manual	10	10	20
Envasar con la Maquina	Automatizada	60	60	120
Dejar Enfriar	Manual	20	20	30
Etiquetar	Manual	25	25	35
Evaluar Calidad	Manual	15	15	15
Empaquetar	Manual	20	20	20
Almacenar Producto Terminado	Manual	10	10	10
Total en minutos		240	245	370
Total en horas		4	4.08	6.17

Nota: Elaboración propia.

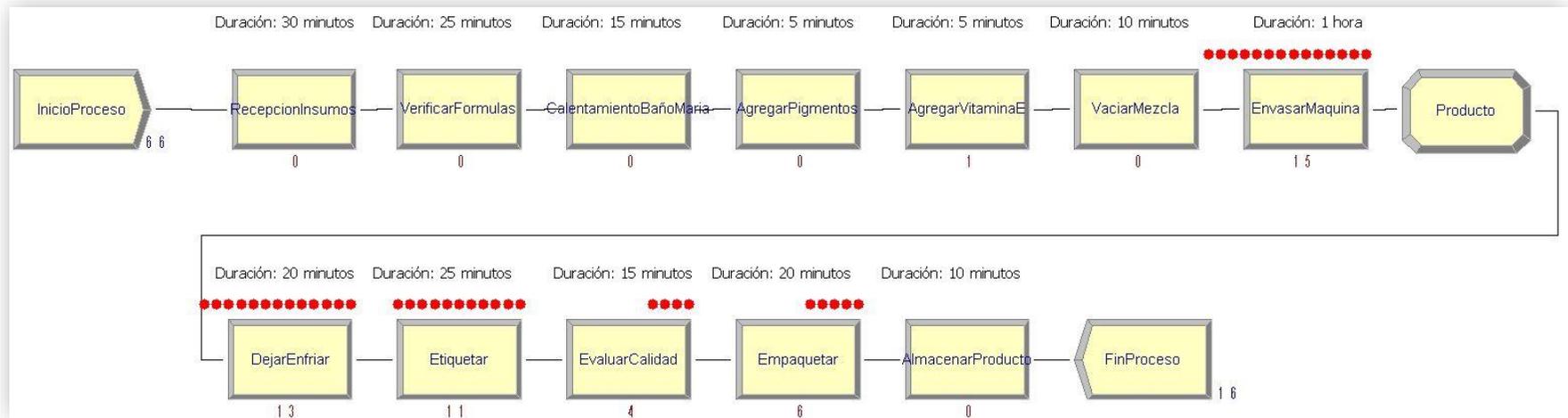


Figura 84. Diagrama de Simulación – Labial. Elaboración propia.

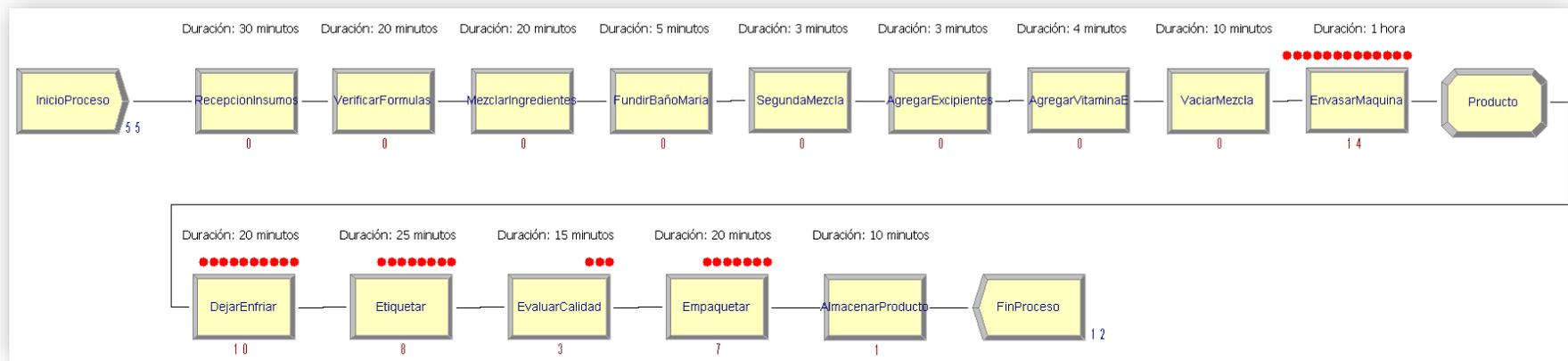


Figura 85. Diagrama de Simulación – Rímel. Elaboración propia.

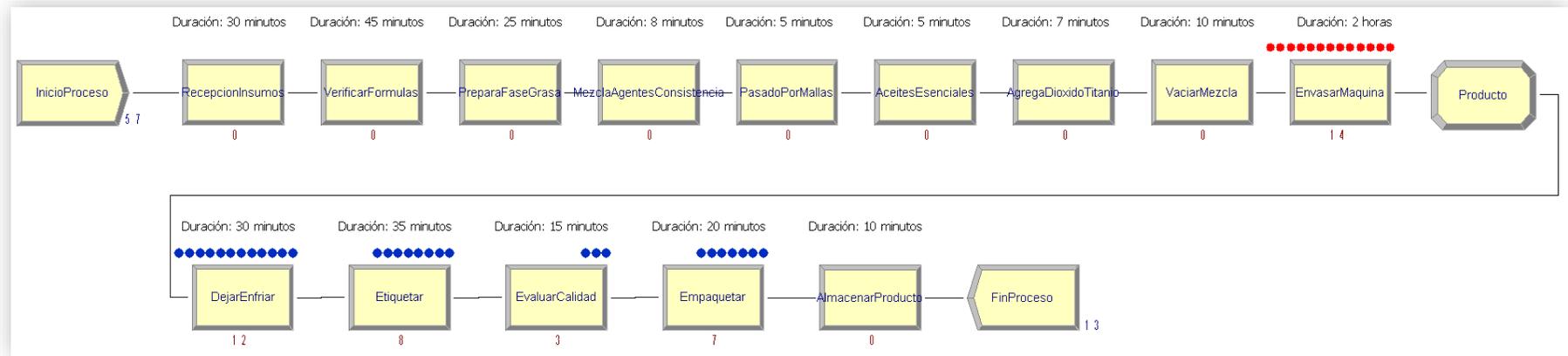


Figura 86. Diagrama de Simulación - Polvos Compactos. Elaboración propia.

Se puede apreciar, gracias a las simulaciones, que los cuellos de botella se producen al momento de envasado, ya que es en esta etapa donde se inicia el proceso que genera individualmente cada producto terminado, los procesos anteriores el mezclado de los ingredientes que permiten la fabricación de muchos productos, por ejemplo, la mezcla para el rímel rinde para 30 unidades, pero en la etapa de envasado, ya se envasa cada unidad, provocando en esta etapa el cuello de botella. Eso ocurre también con los otros productos.

Este cuello de botella no es de mayor importancia, ya que no es mucho la cola que se genera, además de estar contemplado esa cola al momento de estimar nuestra producción diaria.

Formulación del Rímel

Tabla 64

Ficha Técnica de fórmula y elaboración de Rímel.



FICHA TÉCNICA

Producto	Rímel
Descripción	Contenido 8ml Color negro

Fórmula

Ingrediente	Cantidad	U.M.	Densidad	%
Aceite de Oliva	1.25	gr	0.91	10.46
Lecitina de soya	0.80	gr	1.03	6.69
Goma de acacia	1.10	gr	0.64	9.21
Cera de abeja	0.30	gr	0.96	2.51
Carbón activado	1.00	gr	0.47	8.37
Vitamina E	0.50	gr	0.36	4.18
Agua destilada	5.00	ml	1.00	41.84
Aloe Vera	1.00	ml	1.03	8.37
Aceite esencial (rosas)	0.50	ml	0.88	4.18
Excipiente	0.50	gr	4.23	4.18

Elaboración (lote de 30 unidades)

- En recipiente de vidrio resistente al calor, agregar la goma de acacia (33 gr) con el agua destilada (150 ml) y mezclar bien durante 20 minutos, hasta que la mezcla alcance los 40°C y esté todo muy bien amalgamado.
- Para las materias primas grasas, se funden a baño maría a 70°C, contiene la cera de abejas (9 gr) y el aceite de oliva (37.5 gr).
- Mezclar todos los ingredientes arriba mencionados a baño María bajando la temperatura a 64°C, adicionándole la lecitina de soya (24 gr).
- A la mezcla homogénea se le adiciona el carbón activado (15 gr) y los excipientes, mezclar nuevamente para que emulsione y quede homogéneo.
- Cuando el preparado ya este tibio agregar la vitamina E (15 gr) el aceite esencial (15 gr) y mezclar.
- Finalmente se vierte el contenido en nuestra máquina llenadora que se encargará de enfrascar la máscara de pestañas en nuestros recipientes limpios y desinfectados.

Nota: Elaboración propia.

Formulación de Polvos Compactos

Tabla 65

Ficha Técnica de fórmula y elaboración de Polvos Compactos.



FICHA TÉCNICA

Producto Polvos Compactos

Descripción Contenido de 10 gr.
Color tono medio

Fórmula

Ingrediente	Cantidad	U.M.	Densidad	%
Talco cosmético	2.00	gr	0.43	15.69
Miristato de magnesio	1.00	gr	1.74	7.84
Mica	0.50	gr	2.85	3.92
Estearato de magnesio	0.25	gr	1.03	1.96
Maicena	4.00	gr	0.48	31.37
Canela	1.00	gr	1.02	7.84
Aceite de coco	1.00	gr	0.91	7.84
Vitamina E	0.50	gr	0.36	3.92
Aceite esencial (rosas)	1.00	ml	0.88	7.84
Excipiente	1.50	gr	4.23	11.76

Elaboración (lote de 30 unidades)

- Verificar el peso de materias primas indicadas en la fórmula.
- Preparar la fase grasa, llevar el aceite de coco (30 gr) y la vitamina E (15 gr) a una temperatura de 65°C.
- Luego debemos agregar la fase grasa a los agentes de consistencia (talco 60 gr, maicena 120 gr, miristato de magnesio y 30 gr, estearato de magnesio 7.5 gr), mezclar todo muy bien, siendo consistente y homogéneo.
- Pasar la mezcla totalmente homogénea por las mallas, ajustando el color de nuestro producto, que lograremos con la canela (30 gr), este proceso dura 10 minutos y se encuentra en una temperatura de 30°C.
- Manteniendo la temperatura de 30°C se le adiciona el aceite esencial de rosas.
- A la mezcla se le agrega el dióxido de titanio (45 gr).
- Finalmente se deja enfriar y secar la mezcla, se realiza la verificación del producto obtenido y se agrega la mezcla resultante en un envase adecuado y se compacta con la ayuda de nuestra máquina compactadora.
- Entregar al control de calidad para realizar los análisis en el laboratorio.

En nuestra formulación la maicena brinda un efecto mate y absorbente, disimula imperfecciones, adicionalmente el dióxido de titanio brinda un efecto adherente, protector en combinación de nuestro aceite de coco y la vitamina E.

Nota: Elaboración propia.

Formulación de Labial

Tabla 66
Ficha Técnica de fórmula y elaboración de Labial.

FICHA TÉCNICA				
	Producto Labial			
	Descripción Contenido 3 gr. Tonalidad guinda (PANTONE 7421 C)			
Fórmula				
Ingrediente	Cantidad	U.M.	Densidad	%
Cera de abeja	0.90	gr	0.96	20.22
Aceite de coco	0.40	gr	0.91	8.99
Aceite de oliva	1.00	ml	0.91	22.47
Vitamina E	0.50	gr	0.36	11.24
Beterraga (polvo)	0.50	gr	0.54	11.24
Manteca de Cacao	0.40	gr	0.96	8.99
Aceite esencial (rosas)	0.25	ml	0.88	5.62
Excipiente (Dióxido de titanio)	0.50	gr	4.23	11.24
Elaboración (lote de 30 unidades)				
<ul style="list-style-type: none">• En un recipiente de vidrio resistente al calor, se lleva a 70°C y se agrega la materia prima grasa (cera de abejas 27 gr y la manteca de cacao 12 gr, aceite de oliva 30 ml, aceite de coco 12 gr), esto se lleva a baño maría, que es un calentamiento indirecto por inducción térmica.• Manteniendo la mezcla homogenizada agregar los pigmentos (polvo de beterraga 15 gr) y el dióxido de titanio (15 gr).• Una vez que hayan retirado del calor, continuar mezclando para luego agregar la vitamina E (15gr) y el aceite esencial (7.5 ml)• Verter la preparación en nuestra máquina para pasar al envasado y esperar a que se enfríe a temperatura ambiente por unas dos horas o en el refrigerador por una media hora, como mínimo.				

Nota: Elaboración propia.

FICHA DE ENVASE: POLVOS COMPACTOS

Tabla 67

Ficha Técnica de envase de Polvos Compactos.



FICHA TÉCNICA

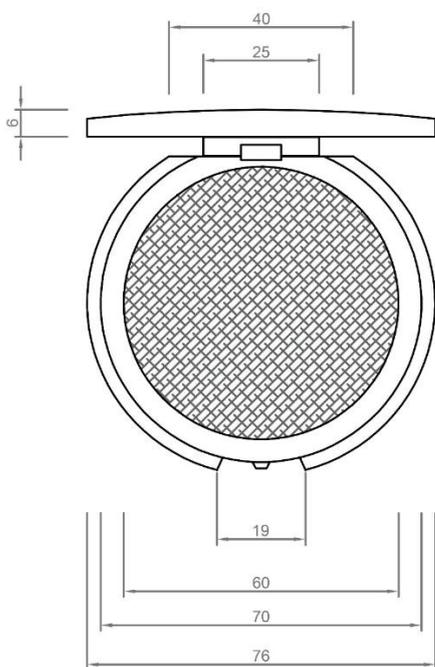
Producto

Envase de Polvos Compactos

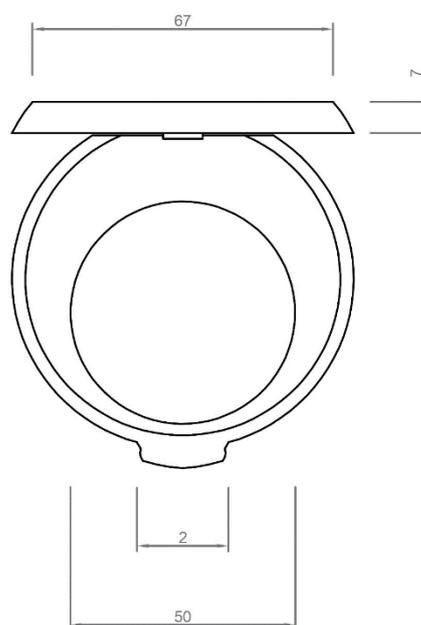
Descripción

Envase de plástico con tapa unidas por una bisagra, con un contenedor en la parte inferior para almacenar el polvo y espejo en la contra tapa.

Dimensiones en milímetros



Vista Frontal al Polvo



Vista Posterior al espejo

Nota: Elaboración propia.

FICHA DE ENVASE: LABIAL

Tabla 68

Ficha Técnica de envase de Labial.



FICHA TÉCNICA

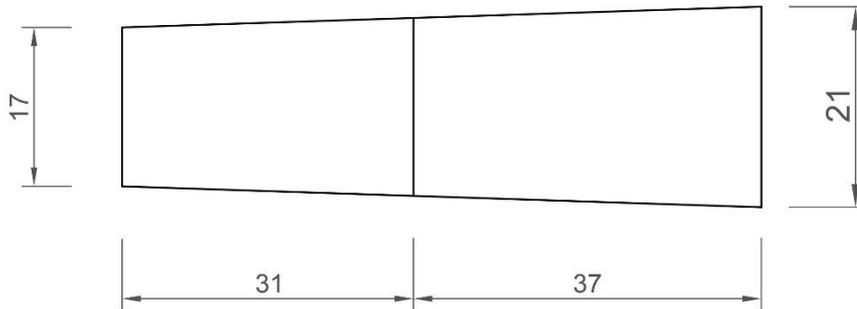
Producto

Envase de Labial

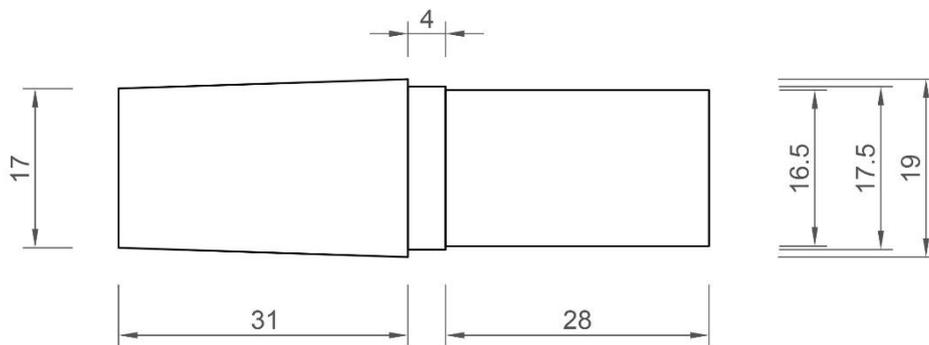
Descripción

Envase de plástico con tapa en forma tubular, con un compartimiento con aplicador y soporte para que el labial sobre salga.

Dimensiones en milímetros



Vista de Envase con Tapa



Vista de Envase sin Tapa

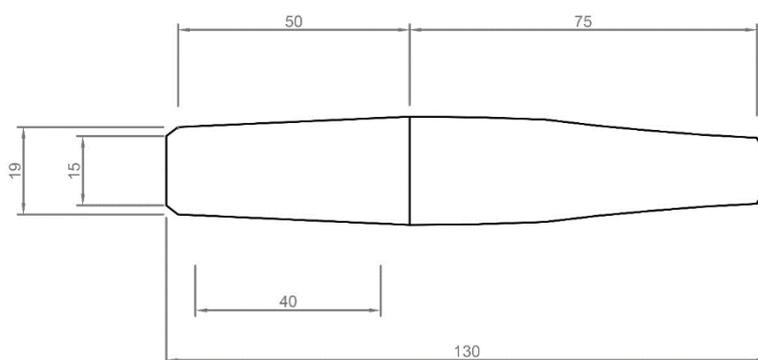
Nota: Elaboración propia.

FICHA DE ENVASE: RIMEL

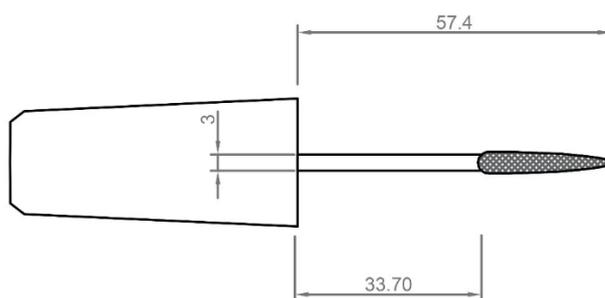
Tabla 69
Ficha Técnica de envase de Rimel.

FICHA TÉCNICA	
	Producto Envase de Rimel
Descripción	Envase de plástico tubular con tapa y aplicador rotacional en la tapa.

Dimensiones en milímetros



Vista de Envase con Tapa



Vista del Aplicador

Nota: Elaboración propia.

FICHA DE ENVASE: ESTUCHE

Tabla 70

Ficha Técnica del Estuche del KIT.



FICHA TÉCNICA

Envase

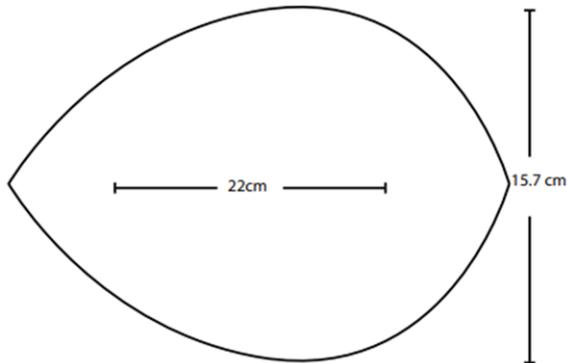
Estuche de Corcho

Descripción

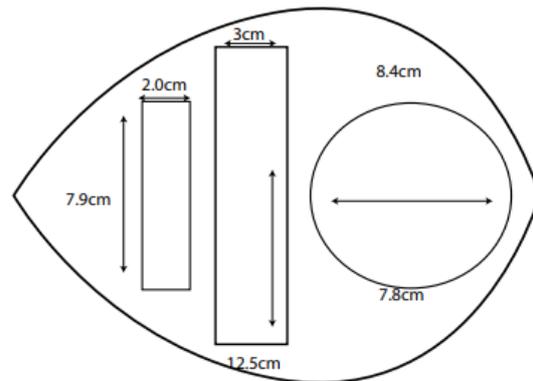
Envase de corcho natural en forma de hoja, cierre magnético (3 láminas en la tapa y 3 en la base), la tapa tiene grabada el logo en láser y el interior moldeado para poner los Polvos Compactos, el Rimel y el Labial.

Dimensiones en centímetros

Vista Frontal Tapa



Vista Frontal Interior



Nota: Elaboración propia.

FICHA DE CAJA: POLVOS COMPACTOS

Tabla 71

Ficha Técnica de caja individual para Polvos Compactos.



FICHA TÉCNICA

Producto

Caja individual para Polvos Compactos

Descripción

Caja Offset, cartón laminado con impresión de alta resolución full color.

Dimensiones en milímetros



Nota: Elaboración propia.

FICHA DE CAJA: LABIAL

Tabla 72

Ficha Técnica de caja individual para Labial.

FICHA TÉCNICA	
	Producto Caja individual para Labial
	Descripción Caja Offset, cartón laminado con impresión de alta resolución full color.
Dimensiones en milímetros	



Nota: Elaboración propia.

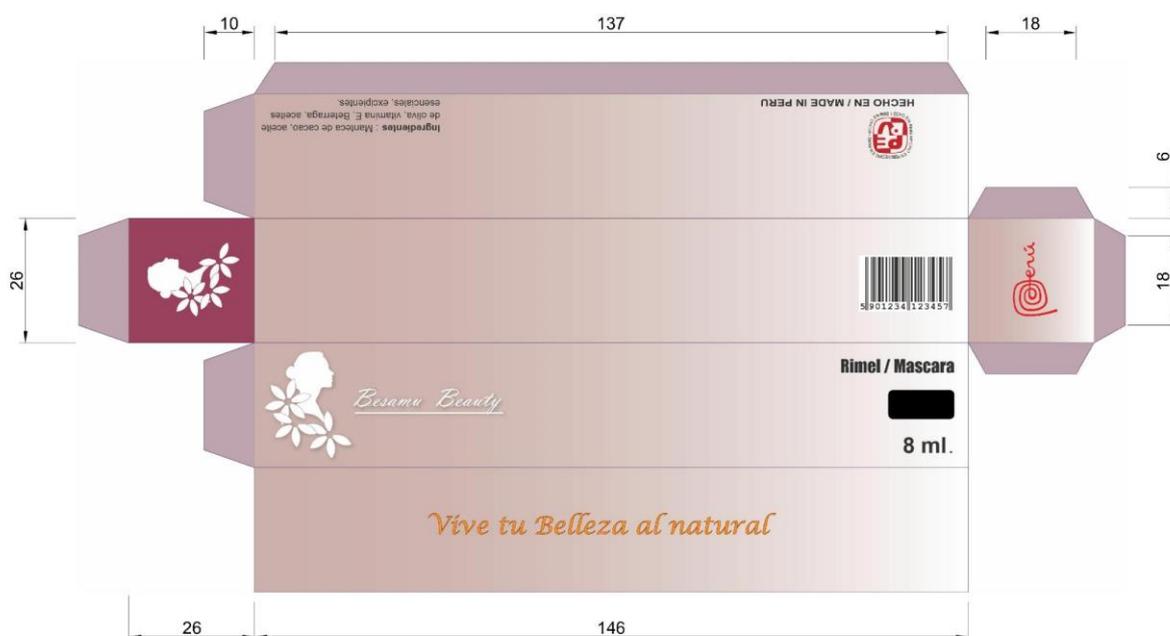
FICHA DE CAJA: RIMEL

Tabla 73
 Ficha Técnica de caja individual para Rimel.

FICHA TÉCNICA	
Producto	Caja individual para Rimel
Descripción	Caja Offset, cartón laminado con impresión de alta resolución full color.



Dimensiones en milímetros



Nota: Elaboración propia.

6.2.2. Programa de producción.

Para poder estimar el programa de producción se tomarán en cuenta las siguientes premisas.

Tabla 74
Premisas para el programa de producción.

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% Sampling	1%	3.5%	2.5%	2%	1%	1%
% Merma Labial	1%	1%	1%	1%	1%	1%
% Merma Rímel	1%	1%	1%	1%	1%	1%
% Merma Polvos Compactos	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%
% Inventario Final	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Demanda Labial		10,070	10,372	10,683	11,003	11,333
Demanda Rímel		8,722	8,984	9,254	9,531	9,817
Demanda Polvos Compactos		9,481	9,766	10,059	10,361	10,671

Nota: Elaboración propia.

Programa de Producción de Polvos Compactos

Tabla 75

Programa de producción de Polvos Compactos año 2020.

Concepto	%	Año 0	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda			780	780	780	780	843	780	780	780	780	780	780	1,927	10,565
Sampling	3.5%	83	27	27	27	27	30	27	27	27	27	27	27	67	370
Merma	1.5%	1	12	12	12	12	13	12	12	12	12	12	12	29	158
Inventario Final	5%	39	39	39	39	42	39	39	39	39	39	39	96	40	529
Inventario Inicial		0	-39	-39	-39	-39	-42	-39	-39	-39	-39	-39	-39	-96	-528
Total Unidades		123	819	819	819	822	882	819	819	819	819	819	876	1,967	11,095

Nota: Elaboración propia.

Tabla 76

Programa de producción de Polvos Compactos año 2021.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		803	803	803	803	868	803	803	803	803	803	803	868	9,766
Sampling	2.5%	20	20	20	20	22	20	20	20	20	20	20	22	244
Merma	1.5%	12	12	12	12	13	12	12	12	12	12	12	13	146
Inventario Final	5%	40	40	40	43	40	40	40	40	40	40	43	41	489
Inventario Inicial		-40	-40	-40	-40	-43	-40	-40	-40	-40	-40	-40	-43	-488
Total Unidades		835	835	835	838	900	835	835	835	835	835	838	901	10,158

Nota: Elaboración propia.

Tabla 77

Programa de producción de Polvos Compactos año 2022.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		827	827	827	827	894	827	827	827	827	827	827	894	10,059
Sampling	2%	17	17	17	17	18	17	17	17	17	17	17	18	201
Merma	1.5%	12	12	12	12	13	12	12	12	12	12	12	13	151
Inventario Final	5%	41	41	41	45	41	41	41	41	41	41	45	43	504
Inventario Inicial		-41	-41	-41	-41	-45	-41	-41	-41	-41	-41	-41	-45	-503
Total Unidades		856	856	856	859	922	856	856	856	856	856	859	923	10,412

Nota: Elaboración propia.

Tabla 78

Programa de producción de Polvos Compactos año 2023.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		852	852	852	852	921	852	852	852	852	852	852	921	10,361
Sampling	1%	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	104
Merma	1.5%	13	13	13	13	14	13	13	13	13	13	13	14	155
Inventario Final	5%	43	43	43	46	43	43	43	43	43	43	46	44	519
Inventario Inicial		-43	-43	-43	-43	-46	-43	-43	-43	-43	-43	-43	-46	-518
Total Unidades		873	873	873	877	941	873	873	873	873	873	877	942	10,621

Nota: Elaboración propia.

Tabla 79

Programa de producción de Polvos Compactos año 2024.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		877	877	877	877	949	877	877	877	877	877	877	949	10,671
Sampling	1%	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	107
Merma	1.5%	13	13	13	13	14	13	13	13	13	13	13	14	160
Inventario Final	5%	44	44	44	47	44	44	44	44	44	44	47	0	490
Inventario Inicial		-44	-44	-44	-44	-47	-44	-44	-44	-44	-44	-44	-47	-534
Total Unidades		899	899	899	903	969	899	899	899	899	899	903	925	10,894

Nota: Elaboración propia.

Programa de Producción de Labial

Tabla 80

Programa de producción de Labial año 2020.

Concepto	%	Año 0	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda			828	828	828	828	895	828	828	828	828	828	828	1,979	11,154
Sampling	3.5%	83	29	29	29	29	31	29	29	29	29	29	29	69	390
Merma	1%	1	8	8	8	8	9	8	8	8	8	8	8	20	112
Inventario Final	5%	41	41	41	41	45	41	41	41	41	41	41	99	43	559
Inventario Inicial		0	-41	-41	-41	-41	-45	-41	-41	-41	-41	-41	-41	-99	-558
Total Unidades		125	865	865	865	869	932	865	865	865	865	865	923	2,012	11,657

Nota: Elaboración propia.

Tabla 81

Programa de producción de Labial año 2021.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		853	853	853	853	922	853	853	853	853	853	853	922	10,372
Sampling	2.5%	21	21	21	21	23	21	21	21	21	21	21	23	259
Merma	1%	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	104
Inventario Final	5%	43	43	43	46	43	43	43	43	43	43	46	44	520
Inventario Inicial		-43	-43	-43	-43	-46	-43	-43	-43	-43	-43	-43	-46	-519
Total Unidades		883	883	883	886	951	883	883	883	883	883	886	952	10,736

Nota: Elaboración propia.

Tabla 82

Programa de producción de Labial año 2022.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		878	878	878	878	950	878	878	878	878	878	878	950	10,683
Sampling	2.0%	18	18	18	18	19	18	18	18	18	18	18	19	214
Merma	1%	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	107
Inventario Final	5%	44	44	44	47	44	44	44	44	44	44	47	45	535
Inventario Inicial		-44	-44	-44	-44	-47	-44	-44	-44	-44	-44	-44	-47	-534
Total Unidades		905	905	905	908	975	905	905	905	905	905	908	976	11,005

Nota: Elaboración propia.

Tabla 83

Programa de producción de Labial año 2023.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		905	905	905	905	978	905	905	905	905	905	905	978	11,003
Sampling	1%	9	9	9	9	10	9	9	9	9	9	9	10	110
Merma	1%	9	9	9	9	10	9	9	9	9	9	9	10	110
Inventario Final	5%	45	45	45	49	45	45	45	45	45	45	49	47	552
Inventario Inicial		-45	-45	-45	-45	-49	-45	-45	-45	-45	-45	-45	-49	-550
Total Unidades		923	923	923	926	994	923	923	923	923	923	926	995	11,225

Nota: Elaboración propia.

Tabla 84

Programa de producción de Labial año 2024.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		932	932	932	932	1,008	932	932	932	932	932	932	1,008	11,333
Sampling	1%	9	9	9	9	10	9	9	9	9	9	9	10	113
Merma	1%	9	9	9	9	10	9	9	9	9	9	9	10	113
Inventario Final	5%	47	47	47	50	47	47	47	47	47	47	50	0	520
Inventario Inicial		-47	-47	-47	-47	-50	-47	-47	-47	-47	-47	-47	-50	-567
Total Unidades		950	950	950	954	1,024	950	950	950	950	950	954	977	11,514

Nota: Elaboración propia.

Programa de Producción de Rímel

Tabla 85

Programa de producción de Rímel año 2020.

Concepto	%	Año 0	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda			717	717	717	717	775	717	717	717	717	717	717	1,860	9,806
Sampling	3.5%	83	25	25	25	25	27	25	25	25	25	25	25	65	343
Merma	1%	1	7	7	7	7	8	7	7	7	7	7	7	19	98
Inventario Final	5%	36	36	36	36	39	36	36	36	36	36	36	93	37	491
Inventario Inicial		0	-36	-36	-36	-36	-39	-36	-36	-36	-36	-36	-36	-93	-490
Total Unidades		120	749	749	749	752	807	749	749	749	749	749	807	1,887	10,249

Nota: Elaboración propia.

Tabla 86

Programa de producción de Rímel año 2021.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		739	739	739	739	799	739	739	739	739	739	739	799	8,984
Sampling	2.5%	18	18	18	18	20	18	18	18	18	18	18	20	225
Merma	1%	7	7	7	7	8	7	7	7	7	7	7	8	90
Inventario Final	5%	37	37	37	40	37	37	37	37	37	37	40	38	450
Inventario Inicial		-37	-37	-37	-37	-40	-37	-37	-37	-37	-37	-37	-40	-449
Total Unidades		765	765	765	768	824	765	765	765	765	765	768	825	9,300

Nota: Elaboración propia.

Tabla 87

Programa de producción de Rímel año 2022.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		761	761	761	761	823	761	761	761	761	761	761	823	9,254
Sampling	2.0%	15	15	15	15	16	15	15	15	15	15	15	16	185
Merma	1%	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	93
Inventario Final	5%	38	38	38	41	38	38	38	38	38	38	41	39	464
Inventario Inicial		-38	-38	-38	-38	-41	-38	-38	-38	-38	-38	-38	-41	-463
Total Unidades		784	784	784	787	844	784	784	784	784	784	787	845	9,532

Nota: Elaboración propia.

Tabla 88

Programa de producción de Rímel año 2023.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		784	784	784	784	847	784	784	784	784	784	784	847	9,531
Sampling	1%	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	95
Merma	1%	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	95
Inventario Final	5%	39	39	39	42	39	39	39	39	39	39	42	40	478
Inventario Inicial		-39	-39	-39	-39	-42	-39	-39	-39	-39	-39	-39	-42	-477
Total Unidades		799	799	799	803	861	799	799	799	799	799	803	862	9,723

Nota: Elaboración propia.

Tabla 89

Programa de producción de Rímel año 2024.

Concepto	%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total
Demanda		807	807	807	807	873	807	807	807	807	807	807	873	9,817
Sampling	1%	8	8	8	8	9	8	8	8	8	8	8	9	98
Merma	1%	8	8	8	8	9	8	8	8	8	8	8	9	98
Inventario Final	5%	40	40	40	44	40	40	40	40	40	40	44	0	450
Inventario Inicial		-40	-40	-40	-40	-44	-40	-40	-40	-40	-40	-40	-44	-491
Total Unidades		823	823	823	827	887	823	823	823	823	823	827	847	9,973

Nota: Elaboración propia.

Resumen del Programa de Producción Anual

Tabla 90

Resumen Programa de producción anual.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Polvos Compactos	11,095	10,158	10,412	10,621	10,894
Labial	11,657	10,736	11,005	11,225	11,514
Rímel	10,249	9,300	9,532	9,723	9,973

Nota: Elaboración propia.

6.2.3. Necesidad de materias primas e insumos.

Tabla 91

Necesidad de materias primas e insumos para Labial.

Labial				
Ingrediente	Cantidad	U.M.	Costo Unitario	Costo Total
Cera de abeja	0.90	gr	0.150	0.14
Aceite de coco	0.40	gr	0.600	0.24
Aceite de oliva	1.00	ml	0.013	0.01
Vitamina E	0.50	gr	0.218	0.11
Beterraga (polvo)	0.50	gr	0.295	0.15
Manteca de Cacao	0.40	gr	0.099	0.04
Aceite esencial (rosas)	0.25	ml	1.700	0.43
Excipiente	0.50	gr	0.065	0.03
Envase	1.00	und	2.519	2.52
Etiqueta	1.00	und	0.100	0.10
Total				3.76

Nota: Elaboración propia.

Tabla 92

Necesidad de materias primas e insumos para Rimel.

Rimel				
Ingrediente	Cantidad	U.M.	Costo Unitario	Costo Total
Aceite de Oliva	1.25	gr	0.013	0.02
Lecitina de soya	0.80	gr	0.008	0.01
Goma de acacia	1.10	gr	0.165	0.18
Cera de abeja	0.30	gr	0.150	0.05
Carbón activado	1.00	gr	0.070	0.07
Vitamina E	0.50	gr	0.218	0.11
Agua destilada	5.00	ml	0.002	0.01
Aloe Vera	1.00	ml	0.325	0.33
Aceite esencial (rosas)	0.50	ml	1.700	0.85
Excipiente	0.50	gr	0.065	0.03
Envase	1.00	und	2.564	2.56
Etiqueta	1.00	und	0.100	0.10
TOTAL				4.31

Nota: Elaboración propia.

Tabla 93

Necesidad de materias primas e insumos para Polvos Compactos.

Polvos compactos				
Ingrediente	Cantidad	U.M.	Costo Unitario	Costo Total
Talco cosmético	2.00	gr	0.005	0.01
Miristato de magnesio	1.00	gr	0.050	0.05
Mica	0.50	gr	0.026	0.01
Estearato de magnesio	0.25	gr	0.052	0.01
Maicena	4.00	gr	0.004	0.02
Canela	1.00	gr	0.047	0.05
Aceite de coco	1.00	gr	0.600	0.60
Vitamina E	0.50	gr	0.218	0.11
Aceite esencial (rosas)	1.00	ml	1.000	1.00
Excipiente	1.50	gr	0.065	0.10
Envase	1.00	und	7.514	7.51
Etiqueta	1.00	und	0.100	0.10
Total				9.57

Nota: Elaboración propia.

6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 94

Programa de compras anuales de materias primas, unidades.

Insumo	U.M.	2020	2021	2022	2023	2024
Cera de abeja	kg	150.00	11.73	12.08	12.44	12.82
Aceite de coco	kg	600.00	12.82	13.21	13.60	14.01
Aceite de oliva	l	13.00	22.68	23.36	24.06	24.78
Vitamina E	kg	218.18	14.50	14.93	15.38	15.84
Beterraga (polvo)	kg	295.15	4.81	4.96	5.11	5.26
Manteca de Cacao	kg	99.00	3.85	3.97	4.08	4.21
Aceite esencial (rosas)	l	1700.00	16.34	16.83	17.34	17.86
Excipiente	kg	65.00	23.28	23.98	24.70	25.44
Lecitina de soya	kg	8.00	8.14	8.38	8.63	8.89
Goma de acacia	kg	165.00	11.30	11.64	11.99	12.35
Carbón activado	kg	70.00	10.28	10.58	10.90	11.23
Agua destilada	l	1.54	52.45	54.02	55.64	57.31
Aloe Vera	l	325.00	10.24	10.55	10.87	11.19
Talco cosmético	kg	5.30	17.71	18.24	18.79	19.35
Miristato de magnesio	kg	50.00	8.86	9.12	9.39	9.68
Mica	kg	26.00	4.42	4.55	4.69	4.83
Estearato de magnesio	kg	52.00	2.20	2.27	2.34	2.41
Maicena	kg	4.00	35.31	36.37	37.46	38.59
Canela	kg	47.00	8.84	9.10	9.38	9.66

Nota: Elaboración propia.

Tabla 95

Programa de compras anuales de envases, unidades.

Envases	2020	2021	2022	2023	2024
Polvos Compactos	9,481	9,766	10,059	10,361	10,671
Labial	10,070	10,372	10,683	11,003	11,333
Rimel	8,722	8,984	9,254	9,531	9,817
Estuche (KIT)	3,049	3,140	3,234	3,331	3,431

Nota: Elaboración propia.

Tabla 96

Programa de compras anuales de materias primas. (expresado en soles).

Insumo	U.M.	Precio	2020	2021	2022	2023	2024
Cera de abeja	kg	150.00	1,760	1,812	1,867	1,923	1,980
Aceite de coco	kg	600.00	7,694	7,924	8,162	8,407	8,659
Aceite de oliva	l	13.00	295	304	313	322	332
Vitamina E	kg	218.18	3,163	3,258	3,356	3,457	3,560
Beterraga (polvo)	kg	295.15	1,421	1,463	1,507	1,552	1,599
Manteca de Cacao	kg	99.00	381	393	404	417	429
Aceite esencial (rosas)	l	1,700.00	27,778	28,611	29,470	30,354	31,264
Excipiente	kg	65.00	1,513	1,558	1,605	1,653	1,703
Lecitina de soya	kg	8.00	65	67	69	71	73
Goma de acacia	kg	165.00	1,865	1,921	1,979	2,038	2,099
Carbón activado	kg	70.00	719	741	763	786	810
Agua destilada	l	1.54	81	83	86	88	91
Aloe Vera	l	325.00	3,329	3,429	3,532	3,638	3,747
Talco cosmético	kg	5.30	94	97	100	103	106
Miristato de magnesio	kg	50.00	443	456	470	484	498
Mica	kg	26.00	115	118	122	126	129
Estearato de magnesio	kg	52.00	115	118	122	125	129
Maicena	kg	4.00	141	145	150	154	159
Canela	kg	47.00	415	428	441	454	467
Total			51,386	52,928	54,515	56,151	57,835

Nota: Elaboración propia.

Tabla 97

Programa de compras anuales de envases. (expresado en soles).

Envases	Precio unit.	2020	2021	2022	2023	2024
Polvos Compactos	7.61	72,191.20	74,356.94	76,587.65	78,885.28	81,251.83
Labial	2.62	26,376.35	27,167.64	27,982.67	28,822.15	29,686.81
Rimel	2.66	23,232.88	23,929.87	24,647.76	25,387.19	26,148.81
Estuche (KIT)	9.75	29,712.05	30,603.41	31,521.52	32,467.16	33,441.18
Total		151,512.48	156,057.86	160,739.59	165,561.78	170,528.63

Nota: Elaboración propia.

Tabla 98

Resumen de compras anuales. (expresado en soles).

	2020	2021	2022	2023	2024
Insumos	51,386.07	52,927.65	54,515.48	56,150.94	57,835.47
Envases y Estuches	151,512.48	156,057.86	160,739.59	165,561.78	170,528.63
Total	202,898.55	208,985.50	215,255.07	221,712.72	228,364.10

Nota: Elaboración propia.

6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.

Para este punto no aumentaremos personal en los 5 años de ya que a nuestro tipo de cosméticos la estacionalidad no aplica, pero hay tendencias del consumo por fechas festivas tales como día de la madre en mayo y la campaña navideña en diciembre que podrán ser asumidas por el personal contratado.

Tabla 99

Cantidades de Operarios.

Mes	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	3	3	3	3	3	3
Febrero	3	3	3	3	3	3
Marzo	3	3	3	3	3	3
Abril	3	3	3	3	3	3
Mayo	3	3	3	3	3	3
Junio	3	3	3	3	3	3
Julio	3	3	3	3	3	3
Agosto	3	3	3	3	3	3
Setiembre	3	3	3	3	3	3
Octubre	3	3	3	3	3	3
Noviembre	3	3	3	3	3	3
Diciembre	3	3	3	3	3	3

Nota: Elaboración propia.

6.3. Tecnología para el proceso

Para la compra de nuestra maquinaria tendremos como aliado a:



Figura 87. Logo de SHIBANG PERU. SHIBANG PERU.

6.3.1. Maquinaria.

Para la puesta en marcha de la producción de nuestros productos utilizaremos la siguiente maquinaria

Llenadora Labial 12 bocas LS01-EC

Precio puesto en planta \$ 12,000.00 (dolares americanos)



Figura 88. Llenadora de lápiz labial 12 bocas LS01-EC. SHIBANG PERU.

DATOS DE MÁQUINA

- * Fuente eléctrica: 220VAC/1 fase, 60Hz (la fuente eléctrica puede ser a pedido)
- * Potencia: 2.1 KW
- * Dimensiones: 800x900x1800mm Largo, ancho, alto.
- * Máxima capacidad de llenado 10 cc.

Figura 89. Datos de Máquina. SHIBANG PERU.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- **Control** por PLC controlador lógico programable, llenado por pistón principal, llena 12 piezas a la vez.
- **Material** en acero inoxidable SUS304. Tanque de 10 Litros con chaqueta calentadora, el tanque tiene calentamiento y agitación.
- **El Tanque** puede ser programado para calentar a una hora indicada dentro de las 24 horas.
- **El Molde** puede elevarse y bajar para su llenado, este movimiento es controlado por pantalla táctil.
- **La Precisión** de llenado es de 0.1 CC.

Figura 90. Especificaciones Técnicas. SHIBANG PERU.

Llenadora de Rimel MA 02

Precio puesto en planta \$ 10,000.000 (dólares americanos)



Figura 91. Llenadora de Rimel MA 02. Empresa SHIBANG PERU.

DATOS DE MÁQUINA

- * Fuente eléctrica: 220VAC, 1 fase, 60Hz
- * Potencia: 100 W Tolva de alimentación: 30 L
- * Dimensiones: máquina 750x380x280mm tanque 650x600x950
- * Peso: 100KG.
- * Operador: 1 persona
- * Máxima capacidad de llenado: 12 CC.
- * Capacidad: 200 piezas/8horas.

Figura 92. Datos de Maquina. Empresa SHIBANG PERU.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

- **Sistema** de llenado por válvula del cilindro neumático y lo que ofrece un micro-error en el rango de llenado.
- **El llenado** funciona con válvulas por aspiración, lo que es apropiado para llenar líquido de alta viscosidad.
- **La válvula** y tubo son fáciles de desmontar y limpiar.
- Por ser el tanque solo de 30 L la presión hace que sea fácil de añadir el material y de descargar, sin añadir aire en el llenado.
- **La boquilla** en su forma se puede fabricar de acuerdo a requerimiento.

Figura 93. Especificaciones Técnicas. Empresa SHIBANG PERU.

Compactadora de Polvos Compactos SPD07S-SA

Precio puesto en plata \$ 15,000.00 (dólares americanos)



Figura 94. Compactadora de polvo compacto spd07s-sa. Empresa SHIBANG PERU.

DATOS DE MÁQUINA

- * Fuente eléctrica: 220VAC/380VAC, 3 fases, 60Hz.
- * Potencia: 2.5 KW
- * Tolva de alimentación: 8 L
- * Dimensiones: 1500x1200x1600mm Peso: 650KG.
- * Capacidad: 2 - 3 mesas/minuto (12 - 18 Piezas/minuto).

Figura 95. Datos de Maquina. SHIBANG PERU.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

- **Máximo diámetro de moldes de trabajo es de 100mm**, máquina en acero inoxidable SUS, moldes con cavidades en material S45C.
- **Un molde de múltiples cavidades incluye tres piezas:** Molde Superior 140x220mm, Molde medio 165x235mm, Molde Inferior 140x210mm.
- **Auto llenado**, dispositivo que puede ocupar de 1 a 3 tiempos de llenado por cada mesa.
- **Volumen** de polvo llenado es regulable, no hay necesidad de cambiar o corregir la profundidad del molde.
- **Equipada** con dispositivos de seguridad.
- **Presión hidráulica**, rango de trabajo 0 - 15 ton, normalmente se trabaja de 5 - 10 ton.
- Es posible **programar la Presión de trabajo**, los tiempos de trabajo por separado, así como el nivel de polvo a llenar, no hace falta modificar la profundidad de la chapa.

Figura 96. Especificaciones Técnicas. SHIBANG PERU.

Tabla 100
 Maquinaria de producción (expresado en soles)

Maquinaria de Producción	Marca	Cant.	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
LLENADORA DE LAPIZ LABIAL 12 BOCAS LS01-EC	SBM	1	33,661.02	6,058.98	39,720.00
LLENADORA DE RIMEL MA 02	SBM	1	28,050.85	5,049.15	33,100.00
COMPACTADORA DE POLVO COMPACTO SPD 07S-SA	SBM	1	42,076.27	7,573.73	49,650.00
Total			103,788.14	18,681.86	122,470.00

Nota: Elaboración propia.

6.3.2. Equipos.

Contaremos con los siguientes equipos en almacén para la recepción y almacenaje de los insumos y recipientes.

Balanza digital: nos proporcionara los pesos exactos evitando mermas (en almacén)



Figura 97. Balanza Digital. HIRAOKA.

Balanza digital: nos proporcionara los pesos exactos evitando mermas (en producción).



Figura 98. Balanza Digital. HIRAOKA.

Refrigeradora: se tendrá 2 mini refrigeradoras, 1 se ubicará en almacén para conservar el gel de aloe y el otro estará en el comedor para conservar los alimentos de quienes lo necesite.

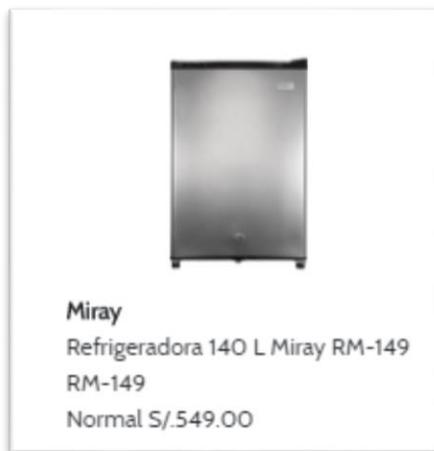


Figura 99. Mini Refrigerador. HIRAOKA.

Estantes: se usará 2 estantes para almacén de materia prima, 1 para el área de producción y 3 en almacén de productos terminados (1 para cada línea).



Figura 100. Estante. SODIMAC.

Mesa de trabajo: se usarán 3 mesas de trabajo, en producción.

- Para separación de insumos y mezcla.
- Para contabilizar los productos ya terminados
- Para empaque y embalaje de los KIT BESAMU BEAUTY.



Figura 101. Mesa de trabajo. MAESTRO.

Equipos de computo: Se comprara 4 LAPTOPS, 1 se encontrara en la oficina de Gerencia General, 1 en oficina de asistencia de gerencia y la otra en Jefatura Comercial.

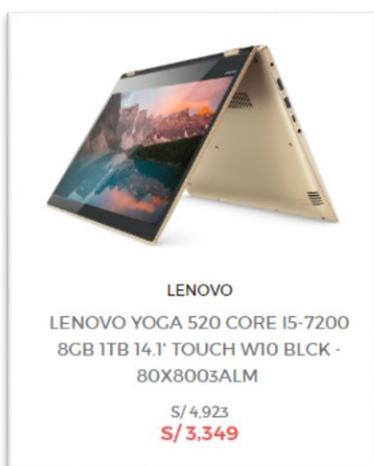


Figura 102. Laptop Portátil. HIRAOKA.

Para las areas de almacen de materia prima y para el area de produccion se usaran 1 computadora.



Figura 103. Computadora de Escritorio. HIRAOKA.

Impresora. Esta impresora estara ubicada en la oficina de asistencia de gerencia, quien solicite utilizarla tendra que dirigirse a recepcion y solicitar a recepcion que imprima lo requerido, la finalidad de esta impresora es que las impresiones solo sean las necesaria y evitar el consumo execivo de hojas.



Figura 104. Impresora Multifuncional. HIRAOKA.

Telefonos Moviles: Estos equipos seran " 5" para cada punto estrategico de la empresa, a esto se tomara como compañia para proveer del servicio de linea corporativa a ENTEL, ya que tenemos un plan muy favorable para empresas

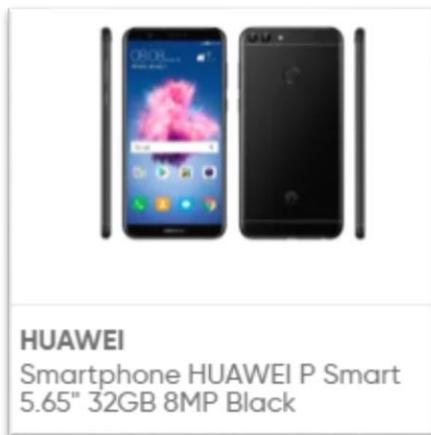


Figura 105. Equipos Móviles. ENTEL.

Equipos de Seguridad

Botiquín de primeros auxilios: se requerirá de 5 botiquines (1 para cada área)



Figura 106. Botiquín de Primeros Auxilios. MAESTRO.

Extintores: se colocara 1 en cada punto específico de salida



Figura 107. Extintor. MAESTRO.

Luz de emergencia: para las emergencias de quedarse sin fluido eléctrico (1 cada área)



Figura 108. Luces de Emergencia. MAESTRO.

Equipos de areas comunes

Microondas: para el area de comedor , para facilidad del personal que requiera calentar sus alimentos.



Figura 109. Microondas. HIRAOKA.

Cafetera: Se ubicara en asistencia de gerencia, para ofrecer a los visitanes o en reuniones



Figura 110. Cafetera. HIRAOKA.

Dispensador de agua: este se pondrá en un punto estratégico accesible para todos los trabajadores.



Figura 111. Dispensador de Agua. Maestro.

Tabla 101

Equipos para producción (expresado en soles)

Equipos para Producción	Marca	Cant.	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Lenovo Yoga I5	Lenovo	1	2,838.14	510.86	3,349.00
PC Intel Celeron	E-Power	1	1,270.34	228.66	1,499.00
Total			4,108.47	739.53	4,848.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 102
Equipos para administración (expresado en soles)

Equipos en Administración	Marca	Cant.	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Lenovo Yoga I5	Lenovo	2	5,676.27	1,021.73	6,698.00
Impresora Multifuncional	Xerox	1	1,378.81	248.19	1,627.00
Total			7,055.08	1,269.92	8,325.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 103
Equipos para ventas (expresado en soles)

Equipo para Ventas	Marca	Cant.	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Lenovo Yoga I5	Lenovo	1	2,838.14	510.86	3,349.00
Total			2,838.14	510.86	3,349.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 104
Equipos para producción (no depreciables) (expresado en soles)

Equipos para Producción	Marca	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Balanza Digital BMR-68	Miray	1	66.95	66.95	12.05	79.00
Balanza Digital BMR-85	Miray	1	92.37	92.37	16.63	109.00
Refrigerador	Miray	1	431.36	431.36	77.64	509.00
Estantes	Maestro	6	296.53	1,779.15	320.25	2,099.40
Mesa de Trabajo	Maestro	3	508.47	1,525.42	274.58	1,800.00
Equipo de Primeros auxilios	Maestro	3	33.81	101.44	18.26	119.70
Extinguidores	Maestro	3	59.24	177.71	31.99	209.70
Luces de emergencia de metal	Maestro	3	55.00	165.00	29.70	194.70
Total			1,543.73	4,339.41	781.09	5,120.50

Nota: Elaboración propia.

Tabla 105
Equipos para administración (no depreciables) (expresado en soles)

Equipos en Administración	Marca	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Equipo de Primeros auxilios	Maestro	1	33.81	33.81	6.09	39.90
Extinguidores	Maestro	1	59.24	59.24	10.66	69.90
Luces de emergencia de metal	Maestro	1	55.00	55.00	9.90	64.90
Microondas	Recco	1	160.17	160.17	28.83	189.00
Cafetera	Miray	1	66.95	66.95	12.05	79.00
Dispensador de Agua	WaterLife	1	422.88	422.88	76.12	499.00
Total			798.05	798.05	143.65	941.70

Nota: Elaboración propia.

Tabla 106

Equipos para ventas (no depreciables) (expresado en soles)

Equipo para Ventas	Marca	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Equipo de Primeros auxilios	Maestro	1	33.81	33.81	6.09	39.90
Extinguidores	Maestro	1	59.24	59.24	10.66	69.90
Luces de emergencia de metal	Maestro	1	55.00	55.00	9.90	64.90
Total			148.05	148.05	26.65	174.70

Nota: Elaboración propia.

6.3.3. Herramientas.

Set de herramientas: este set de herramientas nos permitirá aplacar cualquier imperfecto leve que se pueda tener en producción como: cambiar algún tornillo, ajustar alguna tuerca, etc.



Figura 112. Set de Herramientas. SODIMAC.

Atornillador portátil: Se usara para cualquier acontecimiento de modificacion por area



Figura 113. Destornillador Manual. SODIMAC.

Escalera: Ideal para alcanzar o reubicar



Figura 114. Escalera. SODIMAC.

Linternas portátiles: Para cualquier emergencia



Figura 115. Linterna Manual. SODIMAC.

Tabla 107
Herramientas (expresado en soles)

Herramientas	Marca	Cant.	Costo sin IGV	IGV 18%	Total con IGV
Módulo de destornilladores	Stanley	1	44.83	8.07	52.90
KIT de mantenimiento manual	Stanley	1	76.19	13.71	89.90
Atornillador portátil	Bauker	2	152.37	27.43	179.80
Escalera 11 pasos	Redline	1	162.63	29.27	191.90
Linterna portátil	Daiku	4	203.05	36.55	239.60
Totales			639.07	115.03	754.10

Nota: Elaboración propia.

6.3.4. Utensilios.

Palas de acero inoxidable: esto se usa en almacén de materia prima para retirar de los recipientes los insumos

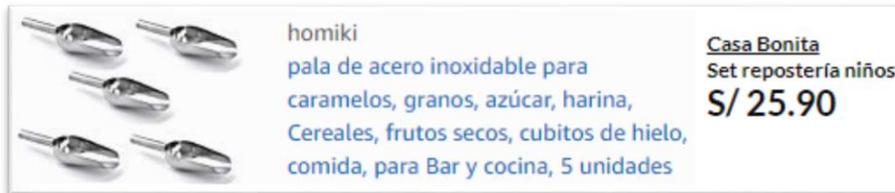


Figura 116. Palas de acero inoxidable. SODIMAC.

Tappers: para almacenaje de insumos de materia prima.



Figura 117. Tappers. SODIMAC.

Espátulas: para el proceso de mezcla.



Figura 118. Espátulas. SODIMAC.

Uniforme de obreros y operarios: a que nuestro proceso es industrial tenemos que tener cuidado con la indumentaria del personal.



Figura 119. Kit Uniforme. MAESTRO.

Tabla 108
Utensilios (expresado en soles)

Utensilios	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Tappers	20	25.34	506.78	91.22	598.00
Espátulas	10	6.69	66.95	12.05	79.00
Palas de acero inoxidable	12	21.95	263.39	47.41	310.80
Uniformes de trabajo (Overol, botas y Lentes)	30	95.17	2,855.08	513.92	3,369.00
Total		149.15	3,692.20	664.60	4,356.80

Nota: Elaboración propia.

6.3.5. Mobiliario.

Escritorios: De acuerdo a las áreas designadas.



Figura 120. Escritorios más sillas giratorias. SODIMAC.

Mesa y silla para comedor: para el uso de los trabajadores en hora de refrigerio.



Figura 121. Mesa de comedor más sillas. MAESTRO.

Tabla 109
Mobiliario para producción. (expresado en soles)

Mobiliario para Producción	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Escritorios + Sillas	2	211.02	422.03	75.97	498.00
Total		211.02	422.03	75.97	498.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 110
Mobiliario para administración. (expresado en soles).

Mobiliario para Administración	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Escritorios + Sillas	2	278.81	557.63	100.37	658.00
Mesa Comedor	1	127.12	127.12	22.88	150.00
Sillas	6	21.19	127.12	22.88	150.00
Total		427.12	811.86	146.14	958.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 111
Mobiliario para ventas. (expresado en soles).

Mobiliario para Ventas	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Escritorios + Sillas	1	278.81	278.81	50.19	329.00
Total		278.81	278.81	50.19	329.00

Nota: Elaboración propia.

6.3.6. Útiles de oficina.

Útiles básicos para el trabajo diario.



Figura 122. Útiles de oficina. TAY LOY.



Figura 123. Útiles de oficina. TAY LOY.

Tabla 112

Útiles de oficina para el área de producción (expresado en soles)

Útiles de Oficina (área de producción)	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Chinchés Dorados	2	1.30	2.60	0.47	3.07
Clips Jumbo	2	2.71	5.42	0.98	6.40
Engrapadora	1	6.86	6.86	1.24	8.10
Perforador	1	4.36	4.36	0.79	5.15
Papel Fotocopia 75 gr	2	8.81	17.63	3.17	20.80
Bolígrafos 035 x 12	1	6.95	6.95	1.25	8.20
Lápiz Técnico 2B x 12	1	3.64	3.64	0.66	4.30
Borrador Mixto grande	3	0.51	1.53	0.27	1.80
Total		35.16	49.00	8.82	57.82

Nota: Elaboración propia.

Tabla 113

Útiles de oficina para el área administrativa (expresado en soles)

Útiles de Oficina (área administrativa)	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Chinches Dorados	5	1.30	6.50	1.17	7.67
Clips Jumbo	3	2.71	8.14	1.46	9.60
Engrapadora	2	6.86	13.73	2.47	16.20
Perforador	2	4.36	8.73	1.57	10.30
Papel Fotocopia 75 gr	6	8.81	52.88	9.52	62.40
Bolígrafos 035 x 12	2	6.95	13.90	2.50	16.40
Lápiz Técnico 2B x 12	2	3.64	7.29	1.31	8.60
Borrador Mixto grande	4	0.51	2.03	0.37	2.40
Total		35.16	113.19	20.38	133.57

Nota: Elaboración propia.

Tabla 114

Útiles de oficina para el área de ventas (expresado en soles)

Útiles de Oficina (área de ventas)	Cant.	Costo Unitario sin IGV	Costo sin IGV	IGV (18%)	Total con IGV
Chinches Dorados	5	1.30	6.50	1.17	7.67
Clips Jumbo	3	2.71	8.14	1.46	9.60
Engrapadora	2	6.86	13.73	2.47	16.20
Perforador	2	4.36	8.73	1.57	10.30
Papel Fotocopia 75 gr	6	8.81	52.88	9.52	62.40
Bolígrafos 035 x 12	2	6.95	13.90	2.50	16.40
Lápiz Técnico 2B x 12	2	3.64	7.29	1.31	8.60
Borrador Mixto grande	4	0.51	2.03	0.37	2.40
Total		35.16	113.19	20.38	133.57

Nota: Elaboración propia.

6.3.7. Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Tabla 115

Mantenimiento de Maquinaria (expresado en soles)

Maquinaria	Área	Ene - May	Jun	Jul - Nov	Dic	2020	2021	2022	2023	2024
LLENADORA DE LAPIZ LABIAL 12										
BOCAS LS01-EC	Producción	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	400.00	400.00	400.00
LLENADORA DE RIMEL MA 02	Producción	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	400.00	400.00	400.00
COMPACTADORA DE POLVO										
COMPACTO SPD07S-SA	Producción	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	400.00	400.00	400.00
Total sin IGV		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	338.98	338.98	338.98
IGV		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	61.02	61.02	61.02
Total con IGV		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	400.00	400.00	400.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 116

Mantenimiento de Equipos (expresado en soles)

Equipo	Área	Ene - May	Jun	Jul - Nov	Dic	2020	2021	2022	2023	2024
Lenovo Yoga I5	Producción	0.00	84.75	0.00	84.75	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Lenovo Yoga I5	Administración	0.00	84.75	0.00	84.75	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Lenovo Yoga I5	Ventas	0.00	84.75	0.00	84.75	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Intel Celeron 500GB	Producción	0.00	84.75	0.00	84.75	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49
Impresora Multifuncional	Administración	0.00	42.37	0.00	42.37	84.75	84.75	84.75	84.75	84.75
Total sin IGV		0.00	381.36	0.00	381.36	508.47	508.47	508.47	508.47	508.47
IGV		0.00	68.64	0.00	68.64	91.53	91.53	91.53	91.53	91.53
Total con IGV		0.00	450.00	0.00	450.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00

Nota: Elaboración propia.

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

Tabla 117

Programa de reposición de herramientas (expresado en soles)

Herramientas	Área	Ene-Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set-Nov	Dic	2020	2021	2022	2023	2024
Módulo de destornilladores	Producción	0	0	0	0	0	0	0	45	45	45	45	45	45
KIT de mantenimiento manual	Producción	0	0	0	0	0	0	0	76	76	76	76	76	76
Total Sin IGV		0	0	0	0	0	0	0	121	121	121	121	121	121
IGV		0	0	0	0	0	0	0	22	22	22	22	22	22
Total Con IGV		0	0	0	0	0	0	0	143	143	143	143	143	143

Nota: Elaboración propia.

Tabla 118

Programa de reposición de utensilios (expresado en soles)

Utensilios	Área	Ene-Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set-Nov	Dic	2020	2021	2022	2023	2024
Tappers	Producción	0	507	0	0	0	507	0	507	1,520	1,520	1,520	1,520	1,520
Espátulas	Producción	0	67	0	0	0	67	0	67	201	201	201	201	201
Palas de acero inoxidable	Producción	0	263	0	0	0	263	0	263	790	790	790	790	790
Uniformes de trabajo (Overol, botas y Lentes)	Producción	0	0	0	2,855	0	0	0	2,855	5,710	5,710	5,710	5,710	5,710
Total sin IGV		0	837	0	2,855	0	837	0	3,692	8,222	8,222	8,222	8,222	8,222
IGV		0	151	0	514	0	151	0	665	1,480	1,480	1,480	1,480	1,480
Total con IGV		0	988	0	3,369	0	988	0	4,357	9,701	9,701	9,701	9,701	9,701

Nota: Elaboración propia.

6.3.9. Programa de compras posteriores de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.

Tabla 119

Programa de compras posteriores de mobiliario (expresado en soles)

Mobiliario	Área	2020	2021	2022	2023	2024
Escritorios + Sillas	Producción	0.00	211.02	0.00	211.02	0.00
Escritorios + Sillas	Administración	0.00	278.81	0.00	278.81	0.00
Sillas	Administración	0.00	0.00	127.12	0.00	0.00
Escritorios + Sillas	Ventas	0.00	278.81	0.00	278.81	0.00
Total sin IGV		0.00	768.64	127.12	768.64	0.00
IGV		0.00	138.36	22.88	138.36	0.00
Total con IGV		0.00	907.00	150.00	907.00	0.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 120

Programa de compras posteriores de equipos (expresado en soles)

Equipos	Área	2020	2021	2022	2023	2024
Lenovo Yoga I5	Administración	0.00	0.00	0.00	2,838.14	0.00
Intel Celeron 500GB	Producción	0.00	0.00	0.00	1,270.34	0.00
Impresora Multifuncional	Administración	0.00	0.00	0.00	1,378.81	0.00
Total sin IGV		2,020.00	2,021.00	2,022.00	7,510.29	2,024.00
IGV		363.60	363.78	363.96	1,351.85	364.32
Total con IGV		2,383.60	2,384.78	2,385.96	8,862.14	2,388.32

Nota: Elaboración propia.

Tabla 121

Compras posteriores de útiles de Oficina (expresado en soles)

Útiles de Oficina	Área	Ene-Mar	Abr	May-Jul	Ago	Set-Nov	Dic	2020	2021	2022	2023	2024
Chinches Dorados	Producción	0	3	0	3	0	3	8	8	8	8	8
Clips Jumbo	Producción	0	5	0	5	0	5	16	16	16	16	16
Engrapadora	Producción	0	7	0	7	0	7	21	21	21	21	21
Perforador	Producción	0	4	0	4	0	4	13	13	13	13	13
Papel Fotocopia 75 gr	Producción	0	18	0	18	0	18	53	53	53	53	53
Bolígrafos 035 x 12	Producción	0	7	0	7	0	7	21	21	21	21	21
Lápiz Técnico 2B x 12	Producción	0	4	0	4	0	4	11	11	11	11	11
Borrador Mixto grande	Producción	0	2	0	2	0	2	5	5	5	5	5
Chinches Dorados	Administración	0	7	0	7	0	7	20	20	20	20	20
Clips Jumbo	Administración	0	8	0	8	0	8	24	24	24	24	24
Engrapadora	Administración	0	14	0	14	0	14	41	41	41	41	41
Perforador	Administración	0	9	0	9	0	9	26	26	26	26	26
Papel Fotocopia 75 gr	Administración	0	53	0	53	0	53	159	159	159	159	159
Bolígrafos 035 x 12	Administración	0	14	0	14	0	14	42	42	42	42	42
Lápiz Técnico 2B x 12	Administración	0	7	0	7	0	7	22	22	22	22	22
Borrador Mixto grande	Administración	0	2	0	2	0	2	6	6	6	6	6
Chinches Dorados	Ventas	0	7	0	7	0	7	20	20	20	20	20
Clips Jumbo	Ventas	0	8	0	8	0	8	24	24	24	24	24
Engrapadora	Ventas	0	14	0	14	0	14	41	41	41	41	41
Perforador	Ventas	0	9	0	9	0	9	26	26	26	26	26
Papel Fotocopia 75 gr	Ventas	0	53	0	53	0	53	159	159	159	159	159
Bolígrafos 035 x 12	Ventas	0	14	0	14	0	14	42	42	42	42	42
Lápiz Técnico 2B x 12	Ventas	0	7	0	7	0	7	22	22	22	22	22
Borrador Mixto grande	Ventas	0	2	0	2	0	2	6	6	6	6	6
Total sin IGV		0	275	0	275	0	275	826	826	826	826	826
IGV		0	50	0	50	0	50	149	149	149	149	149
Total con IGV		0	325	0	325	0	325	975	975	975	975	975

Nota: Elaboración propia.

6.4. Localización

6.4.1. Macro localización

El proyecto por presentar será desarrollado en el departamento de Lima, provincia de Lima. El estudio de macro localización nos develara la ubicación exacta en la provincia elegida a través de los criterios a evaluar. El método por utilizar será el cualitativo por puntos, en el cual vamos a proceder a evaluar tres distritos en la provincia de Lima, para ello asignaremos una calificación, a los factores cuantitativos, lo que no llevará a una comparación entre ellos. El procedimiento consta en asignar un peso a cada factor cualitativo los cuales deben de sumar 1 y asignar una nota que va en escala del 0 al 10, a cada criterio a evaluar.

Ponderación de Macro Localización

Tabla 122
Ponderación de Macro localización.

Distritos Criterios	Peso	La Victoria		San Borja		Santa Anita	
		Nota	Ponderado	Nota	Ponderado	Nota	Ponderado
Disponibilidad de terreno	0.15	7	1.05	5	0.75	8	1.2
Vías de acceso	0.15	8	1.2	6	0.9	7	1.05
Permisos Municipales	0.1	7	0.7	5	0.5	7	0.7
Precio de Alquiler	0.2	8	1.6	4	0.8	7	1.4
Cercanía a clientes	0.15	9	1.35	9	1.35	7	1.05
Cercanía a proveedores	0.15	9	1.35	7	1.05	8	1.2
Seguridad de la zona	0.1	4	0.4	7	0.7	5	0.5
Total	1		7.65		6.05		7.1

Nota: Elaboración propia.

Luego de los resultados verificamos que Besamu Beauty se encontrará localizado en el departamento de Lima, provincia de Lima, distrito de La Victoria.



Figura 124. Mapa del distrito de La Victoria. Google maps.

La Victoria es un distrito que está ubicado en Lima Metropolitana, para el Norte limita con Cercado de Lima y el Sur con San Isidro, por el Este con San Borja y San Luis. Tiene un adecuado acceso y cuenta con varias de ingreso y salida. Considerando su ubicación estratégica nos favorece, ya que está prácticamente en el centro de los distritos a los cuales nos dirigimos como La Molina, San Borja, San Isidro, Miraflores, Surco, que están considerados dentro de nuestro público objetivo. En el distrito encontramos, farmacias, laboratorios, depósitos de aduanas, industrias plásticas y transportes, estas son favorables para nuestro rubro.

6.4.2. Micro localización

Con este estudio podremos determinar la ubicación exacta dentro de la macro localización elegida en el proyecto, para ello debemos seleccionar ciertas variables, aplicando el método de ponderación.

Ponderación de Micro Localización

Tabla 123
Ponderación de Micro localización.

Avenidas	Peso	Canadá		México		Manco Cápac	
		Nota	Ponderado	Nota	Ponderado	Nota	Ponderado
Costo de alquiler	0.3	7	2.1	5	1.5	8	2.4
Servicios	0.2	8	1.6	6	1.2	7	1.4
Metraje	0.1	7	0.7	5	0.5	7	0.7
Acceso Vial	0.2	8	1.6	4	0.8	7	1.4
Seguridad	0.2	9	1.8	9	1.8	7	1.4
Total	1		7.8		5.8		7.3

Nota: Elaboración propia.

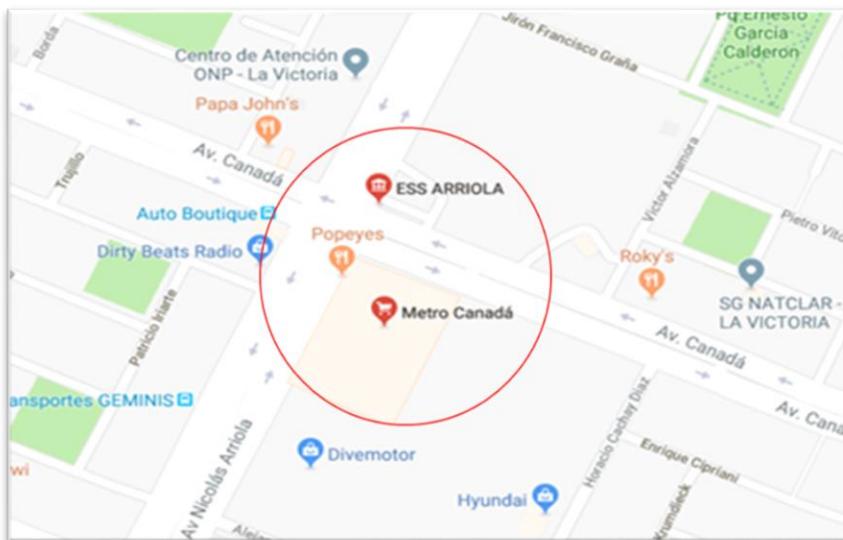


Figura 125. Perímetro de Micro localización. Google maps.

De acuerdo a los resultados, queda elegida la avenida Canadá como ubicación de nuestra planta, ya que cumple con los requisitos de adecuación de servicios básicos, accesibilidad de la zona, que favorece a la empresa como a sus trabajadores y los costos a incurrir.

6.4.3. Gastos de adecuación

El local alquilado necesita distintas adecuaciones para que pueda tener el funcionamiento de las distintas áreas a operar.

Tabla 124
Gastos de Adecuación (expresado en soles)

Actividad	Gasto sin IGV	IGV	Gasto con IGV
Albañilería	2,754.24	495.76	3,250
Carpintería	3,114.41	560.59	3,675
Instalaciones eléctricas	1,991.53	358.47	2,350
Pintado de áreas	423.73	76.27	500
Extintores y accesorios	1,779.66	320.34	2,100
Señalización	338.98	61.02	400
Detectores de humo	512.71	92.29	605
Total			12,880

Nota: Elaboración propia.

6.4.4. Gastos de servicios

Tendremos dentro los gastos los servicios básicos de luz, agua y teléfono.

Luz: Se ha considerado LUZ DEL SUR, ya que abarca la zona donde nos ubicaremos, en el cuadro presentamos el cálculo para una empresa industrial.

Tabla 125

Cálculo para el uso de luz. (totalizado expresado en soles)

Dispositivo	Cant	Potencia(w)	Potencia total	Días por mes	Hrs. por mes	W/h mes	kW/h mes	Costo kW/h 0,6
Maquinaria	3	1,800	5,400	26	234	1,263,600	1,263.60	758.16
Balanza	2	8	16	26	234	3,744	3.74	2.25
Computadoras	5	150	750	26	234	175,500	175.50	105.30
Aire acondicionado	3	1,800	5,400	26	234	1,263,600	1,263.60	758.16
Impresora	1	150	150	26	234	35,100	35.10	21.06
Cámaras de seguridad	8	50	400	26	234	93,600	93.60	56.16
Iluminación	50	60	3,000	26	234	702,000	702.00	421.20
Dispensador de agua	1	900	900	26	234	210,600	210.60	126.36
Microondas	1	1,100	1,100	26	234	257,400	257.40	154.44
Refrigeradora	2	250	500	30	270	135,000	135.00	81.00
Luces de emergencia	5	35	175	30	270	47,250	47.25	28.35
Celulares	5	5	25	26	234	5,850	5.85	3.51
Cafetera	1	900	900	26	234	210,600	210.60	126.36
Total								2,642.31

Nota: Elaboración propia.

Agua: Tomamos en consideración a la empresa Sedapal, que es la que opera en nuestro país, teniendo en cuenta el tarifario actual, lo requerido a nivel industrial está en el rango de 0 a 1,000 m³.



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	Tarifa (S/ / m ³)	
	m ³ /mes	Agua Potable	Alcantarillado ⁽¹⁾
RESIDENCIAL			
Social	0 a más	1.255	0.575
Doméstico Subsidiado	0 - 10	1.255	0.575
	10 - 20	1.400	0.668
	20 - 50	1.478	0.901
	50 a más	5.360	2.499
Doméstico No Subsidiado	0 - 20	1.478	0.901
	20 - 50	2.098	1.262
	50 a más	5.360	2.499
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
Estatál	0 a más	3.525	1.591

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

Figura 126. Tarifario vigente. SEDAPAL.

Tabla 126

Cálculo para el uso de agua.

	Nº de artículos	Usos por día	Consolidado	Usos por mes	m ³ /día	m ³ /mes	S/.
Uso en producción	2	6	12	312	0.05	15.6	83.62
Lavamanos	4	30	120	3120	0.02	62.4	334.46
Sanitario	4	30	120	3120	0.04	124.8	668.93
Dispensador de agua	1	24	24	624	0.03	18.7	100.34
Total						221.5	1,187.35

Nota: Elaboración propia.

Teléfono e Internet: Para estos servicios hemos considerado trabajar con la empresa Movistar para los teléfonos fijo e internet el cual tendrá un costo de S/ 205 soles.

Para la telefonía celular, solicitaremos los servicios de claro empresas este tendrá un costo de S/ 375 soles.

Alquiler: El alquiler está cotizado en S/ 4,019 soles, de acuerdo al contrato el arrendatario solicita un mes de garantía, además de considerarse S/ 400 soles como parte del mantenimiento mensual que incluye servicios de mantenimiento, limpieza y seguridad de áreas comunes.

Tabla 127
Gastos de Alquiler (expresado en soles)

Concepto	Monto
Alquiler	4,019
Mantenimiento	400
Garantía	4,019
TOTAL	8,438

Nota: Elaboración propia.

6.4.5. Plano del centro de operaciones.

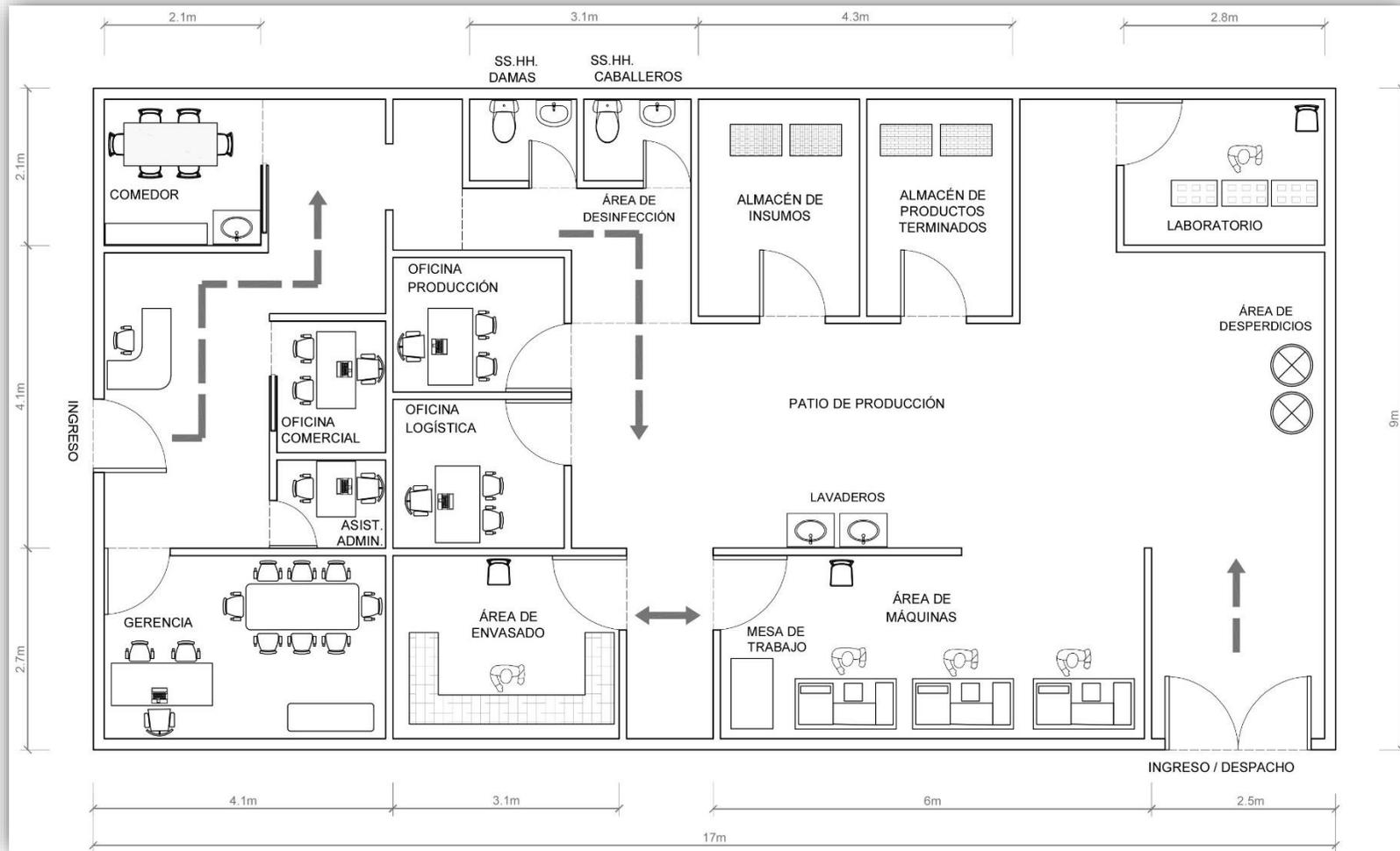


Figura 127. Layout, plano de operaciones. Elaboración propia.

6.4.6. Descripción del centro de operaciones

Nuestro centro de operaciones estará ubicado en Av. Canadá cruce con Elías Navea, en el distrito de La Victoria, consta de un área 153 m², con derecho a dos estacionamientos, incluye área de recepción, una pequeña sala de espera, sala de conferencias una kitchenette, adicionalmente cuenta con un patio interior con jardín vertical. Nuestras operaciones se realizarán en el piso 9 y el edificio cuenta con 3 ascensores y un sistema de incendio integrado como parte de la seguridad propia. del edificio. El costo del alquiler es de S/ 4019 con un mantenimiento de S/ 400 soles.



Figura 128. Interiores del local. Adondevivir.



Figura 129. Interiores del local. Adondevivir.



Figura 130. Interiores del local. Adondevivir.

6.5. Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1. Impacto ambiental

Nosotros como empresa sabemos de la importancia del cuidado del medio ambiente, más aun tratándose de una empresa que apuesta por el uso de ingredientes naturales en sus productos, siendo seguro para el cliente y para el medio ambiente. La fabricación de nuestro producto no emite gases tóxicos ni daña el medio ambiente.

Nosotros nos diferenciaremos de otras marcas por no realizar pruebas en animales, nuestros insumos son naturales y vegetales, no utilizaremos ningún ingrediente de derivado animal, el cual no afecta nuestro ambiente natural.

En Besamu Beauty tenemos un plan para el manejo de residuos en la cual se colocarán tachos de colores (verde, azul, rojo y amarillo), en el cual guardarán residuos como vidrio, plástico, baterías y papel.



Figura 131. Colores en el reciclaje. Ecologiahoy.



Figura 132. Colores en el reciclaje. A caminar.

Estos tachos estarán colocados en lugares estratégicos, de visible acceso, con la finalidad de fomentar el hábito de reciclaje por nuestros trabajadores y estos puedan compartirlo con su familia y comunidad.

6.5.2. Con los trabajadores

Una empresa se debe a sus colaboradores, gracias al esfuerzo de estos es que logramos un buen trabajo en equipo, con resultados positivos. Para ello Besamu Beauty generará un ambiente laboral grato para el desarrollo personal y profesional, trabajaran a un ritmo adecuado, en el que se sientan cómodos y no se sientan como esclavos; esto también evita rotación de personal.

Crearemos actividades de integración con la finalidad que se genere una familiaridad y confianza tanto con los gerentes y los jefes. Las actividades de

integración constaran de desayunos, almuerzos o cenas, en las que se fomentaran también el reconocimiento a los colaboradores por su esfuerzo.

6.5.3. Con la comunidad

Al ser una empresa dedicada a la belleza, al cuidado de la mujer, por qué no preocuparnos también por su belleza interior, su naturalidad de mujer y el buen trato.

Actualmente no es un secreto en nuestro país todo el abuso, maltrato y crímenes contra la mujer, y ¿cómo una empresa de maquillaje puede preocuparse por ello?, ¿Qué podemos hacer para ayudar y cambiar nuestra realidad?

Para llevar a cabo nuestro programa pensamos llegar a la población mediante charlas programadas en colegios en zonas rurales con mayor índice de casos por violencia, regresaremos al centro educativo pasado un mes de la charla para darle seguimiento al avance. Este programa será en apoyo conjunto con el Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables.



Figura 133. Violencia contra la mujer. elsiglo.

Tabla 128
Gastos de responsabilidad social.

Gastos responsabilidad social					
Descripción	Cant	Costo unitario	Valor total	IGV 18%	Precio de venta total
Impacto ambiental					
Tachos colectores	4	12	48	9	57
Con los trabajadores					
Desayunos-Almuerzos de integración	1	250	250	45	295
Con la comunidad					
Movilidad	1	110	110	20	130
Material de apoyo	1	150	150	27	177
Psicólogo	1	700	700		700
Catering	1	300	300	54	354
Total		1,522	1,558	154	1,712

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VII: Estudio Económico y Financiero

7.1. Inversiones

Las inversiones son aquel desembolso que se realiza para dar marcha a un proyecto y este puede estar constituido por el capital de trabajo o capital propio, pero también se puede hacer por medio de un financiamiento bancario.

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Se denomina activo depreciable a las maquinaria y equipo que se usara durante el un tiempo determinado para el óptimo funcionamiento de una empresa, estos activos tienen una vida útil de más de 1 año.

Cabe recalcar que esta maquinaria y equipo supera el $\frac{1}{4}$ de la UIT (unidad impositiva tributaria) actual que es S/1,050.00 (UIT S/. 4,200.00).

Tabla 129
Activo fijo depreciable.

Descripción	Proveedor	Cantidad	Costo Unitario (sin IGV)	Costo Total (Sin IGV)	I.G.V. (18 %)	Total Precio (Con IGV)
Producción				107,896	19,421	127,317
LLENADORA DE LAPIZ LABIAL 12 BOCAS LS01-EC	SHIBANG PERU	1	33,661	33,661	6,059	39,720
LLENADORA DE RIMEL MA 02	SHIBANG PERU	1	28,051	28,051	5,049	33,100
COMPACTADORA DE POLVO COMPACTO SPD07S-SA	SHIBANG PERU	1	42,076	42,076	7,574	49,650
LAPTOP LENOVO YOGA I5	LENOVO	1	2,838	2,838	511	3,349
PC - INTEL CELERON 500 GB	E-POWER	1	1,270	1,270	229	1,499
Administración				7,055	1,270	8,325
LAPTOP LENOVO YOGA I5	LENOVO	2	2,838	5,676	1,022	6,698
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	XEROX	1	1,379	1,379	248	1,627
Ventas				2,838	511	3,349
LAPTOP LENOVO YOGA I5	LENOVO	1	2,838	2,838	511	3,349
Total				117,789	21,202	138,991

Nota: Elaboración propia.

Tabla 130
Total Activo fijo.

Descripción	Vida útil contable (años)	Depreciación (2020)	Depreciación (2021)	Depreciación (2022)	Depreciación (2023-2024)	Depreciación acumulada (5 años)	Valor en libros (5to año)	Valor de mercado (al 5to año)	Valor residual (al 5to año)
LLENADORA DE LAPIZ LABIAL 12 BOCAS LS01-EC	3	11,220.34	11,220.34	11,220.34		33,661.02	0.00	10,098.31	7,119.31
LLENADORA DE RIMEL MA 02	3	9,350.28	9,350.28	9,350.28		28,050.85	0.00	8,415.25	5,932.75
COMPACTADORA DE POLVO COMPACTO SPD07S-SA	3	14,025.42	14,025.42	14,025.42		42,076.27	0.00	12,622.88	8,899.13
LAPTOP LENOVO YOGA I5	3	946.00	946.00	946.00		2,838.00	0.00	283.80	200.08
PC INTEL CELERON	3	423.33	423.33	423.33		1,270.00	0.00	127.00	89.54
TOTAL		35,965.38	35,965.38	35,965.38	0.00	107,896.14	0.00	31,547.24	22,240.80
LAPTOP LENOVO YOGA I5	3	1,892.00	1,892.00	1,892.00		5,676.00	0.00	567.60	400.16
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	3	459.67	459.67	459.67		1,379.00	0.00	137.90	97.22
TOTAL		2,351.67	2,351.67	2,351.67	0.00	7,055.00	0.00	705.50	497.38
LAPTOP LENOVO YOGA I5	3	946.00	946.00	946.00		2,838.00	0.00	283.80	200.08
TOTAL		946.00	946.00	946.00	0.00	2,838.00	0.00	283.80	200.08

Nota: Elaboración propia.

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

Son aquellos activos que no se pueden visualizar, ni tocar, pero que con el transcurrir del tiempo puede generar ingresos considerables a la empresa.

Para esta inversión se está considerando todos los trámites de inicio de la empresa y la distribución porcentual en amortización para cada área (Administración, Producción y Ventas).

Tabla 131
Activo fijos intangibles.

Descripción	Cant.	Costo unitario (Sin IGV)	Costo Total (Sin IGV)	IGV (18 %)	Total Precio de Venta (Con IGV)
Constitución de la empresa					
Búsqueda de índices ante la SUNARP	1	5.00	5.00		5.00
Pago de tasa registral para reserva de nombre ante la SUNARP	1	20.00	20.00		20.00
Elaboración de minuta, escritura Pública ante notario público, gastos Administrativos Notaria	1	550.00	550.00		550.00
Comprobantes de pago	1	200.00	200.00	36.00	236.00
Elevar la escritura pública a SUNARP	1	90.00	90.00		90.00
Legalización libros contables	6	67.00	402.00	72.36	474.36
Libro de planillas	1	41.50	41.50		41.50
Total constitución de la empresa		973.50	1,308.50	108.36	1,416.86
Registro de marcas y patentes					
Búsqueda fonética - figurativa	1	26.26	26.26	4.73	30.99
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)	1	453.38	453.38	81.61	534.99
Publicación en El Peruano	1	423.73	423.73	76.27	500.00
Total registro marcas y patentes		903.37	903.37	162.61	1,065.98
Licencias y autorizaciones					
Local: Distrito de La Victoria					
Licencia de Funcionamiento	1	187.54	187.54		187.54
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	1	77.00	77.00		77.00
Autorización Sanitaria	1	1,825.80	1,825.80		1,825.80
Notificación Sanitaria	1	1,398.40	1,398.40		1,398.40
Certificación	1	1,702.50	1,702.50		1,702.50
Total licencias y autorizaciones		5,191.24	5,191.24	0.00	5,191.24
Software					
Antivirus	9	79.00	711.00	127.98	838.98
Microsoft Office	9	129.00	1,161.00	208.98	1,369.98
Total software		208.00	1,872.00	336.96	2,208.96
Total activos intangibles			9,275.11	607.93	9,883.04

Nota: Elaboración propia.

Tabla 132
Total Activos Intangibles.

Descripción	Cantidad	Costo unitario (Sin IGV)	Costo Total (Sin IGV)	IGV (18 %)	Total Precio de Venta (Con IGV)
Total constitución de la empresa		973.50	1,308.50	108.36	1,416.86
Constitución de la empresa	1	973.50	1,308.50	108.36	1,416.86
Total marcas y patentes		903.37	903.37	162.61	1,065.98
Marcas y patentes	1	903.37	903.37	162.61	1,065.98
Total licencias y autorizaciones		5,191.24	5,191.24	0.00	5,191.24
Licencias y autorizaciones	1	5,191.24	5,191.24	0.00	5,191.24
Total software		208.00	1,872.00	336.96	2,208.96
Software	5	208.00	1,872.00	336.96	2,208.96
Total			9,275.11	607.93	9,883.04

Nota: Elaboración propia.

Tabla 133
Amortización de Activos intangibles.

	Amortización anual de intangibles						
	Amortización Anual	Producción		Administrativo		Ventas	
		% Distrib.	TOTAL	% Distrib.	TOTAL	% Distrib.	TOTAL
Constitución de la empresa	261.70	0.00		1.00	261.70	0.00	
Registro marcas y patentes	180.67	0.00		0.00		1.00	180.67
Licencias y autorizaciones	1,038.25	0.70	726.77	0.20	207.65	0.10	103.82
Software	374.40	0.33	124.80	0.33	124.80	0.33	124.80
Total	1,855.02		851.57		594.15		409.30

Nota: Elaboración propia.

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Los gastos preoperativos, es todo aquello en lo que estimamos invertir antes de iniciar la puesta en marcha a nuestra empresa

A continuación, detallamos en los siguientes cuadros.

Tabla 134

Inversión en gastos preoperativos y bienes no depreciables.

Gastos preoperativos					
Descripción	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Acondicionamiento local					
Acondicionamiento de planta de operaciones y oficina administrativa	1	13,457.63	13,457.63	2,422.37	15,880.00
Alquiler					
Adelanto alquiler	1	4,019.00	4,019.00		4,019.00
Marketing de lanzamiento					
Campañas de difusión	1	17,988.00	17,988.00	3,237.84	21,225.84
Bienes no depreciables					
Producción	1	5,463.15	5,463.15	983.37	6,446.52
Administración	1	1,609.00	1,609.00	289.62	1,898.62
Ventas	1	34.00	34.00	6.12	40.12
Otros gastos preoperativos					
Personal (planilla de dic 2019)	1	25,437.28	25,437.28		25,437.28
Servicios (diciembre 2019)	1	5,406.44	5,406.44	973.16	6,379.60
Total			73,414.50	7,912.48	81,326.98

Nota: Elaboración propia.

Tabla 135

Inversión en garantía de alquiler de local.

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18%	Total Precio de Venta
Garantía alquiler local	2.00	4,019.00	8,038.00		8,038.00

Nota: Elaboración propia.

Tabla 136
Bienes no depreciables.

Descripción	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor (Sin IGV)	IGV 18%	Total Valor (Con IGV)
Producción					
Escritorios + Sillas	2	211.00	422.00	75.96	497.96
Balanza Digital BMR-68	1	67.00	67.00	12.06	79.06
Balanza Digital BMR-85	1	92.00	92.00	16.56	108.56
Refrigerador	1	431.00	431.00	77.58	508.58
Estantes	6	296.53	1,779.15	320.25	2,099.40
Mesa de Trabajo	3	508.00	1,524.00	274.32	1,798.32
Equipo de Primeros auxilios	3	34.00	102.00	18.36	120.36
Extinguidores	3	59.00	177.00	31.86	208.86
Luces de emergencia de metal	3	55.00	165.00	29.70	194.70
Módulo de destornilladores	1	45.00	45.00	8.10	53.10
KIT de mantenimiento manual	1	76.00	76.00	13.68	89.68
Atornillador portátil	2	90.00	180.00	32.40	212.40
escalera 11 pasos	1	163.00	163.00	29.34	192.34
linterna portátil	4	60.00	240.00	43.20	283.20
Total			5,463.15	983.37	6,446.52
Ventas					
Equipo de Primeros auxilios	1	34.00	34.00	6.12	40.12
Extinguidores	1	59.00	59.00	10.62	69.62
Luces de emergencia de metal	1	55.00	55.00	9.90	64.90
Escritorios + Sillas	1	279.00	279.00	50.22	329.22
Total			34.00	6.12	40.12
Administrativo					
Equipo de Primeros auxilios	1	34.00	34.00	6.12	40.12
Extinguidores	1	59.00	59.00	10.62	69.62
Luces de emergencia de metal	1	55.00	55.00	9.90	64.90
Microondas	1	160.00	160.00	28.80	188.80
Cafetera	1	67.00	67.00	12.06	79.06
Dispensador de Agua	1	423.00	423.00	76.14	499.14
Escritorios + Sillas	2	279.00	558.00	100.44	658.44
Mesa Comedor	1	127.00	127.00	22.86	149.86
Sillas	6	21.00	126.00	22.68	148.68
Total			1,609.00	289.62	1,898.62
Total bienes no depreciables			7,106.15	1,279.11	8,385.26

Nota: Elaboración propia.

Tabla 137

Amortización de gastos preoperativo.

Descripción	Cant.	Amortización Anual	Producción		Administrativo		Ventas	
			% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
Acondicionamiento local								
Acondicionamiento de planta de operaciones y oficina administrativa	1	2,691.53	0.70	1,884.07	0.15	403.73	0.15	403.73
Alquiler								
Adelanto alquiler	1	803.80	0.70	562.66	0.15	120.57	0.15	120.57
Marketing de lanzamiento								
Campañas de difusión	1	3,597.60	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	3,597.60
Bienes no depreciables								
Producción	1	1,092.63	1.00	1,092.63	0.00	0.00	0.00	0.00
Administración	1	321.80	0.00	0.00	1.00	321.80	0.00	0.00
Ventas	1	6.80	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	6.80
Otros gastos preoperativos								
Personal (planilla de dic 2019)	1	5,087.46	0.49	2,492.85	0.28	1,424.49	0.23	1,170.11
Servicios (diciembre 2019)	1	1,081.29	0.50	540.64	0.25	270.32	0.25	270.32
Total gastos preoperativos		14,682.90		6,572.86		2,540.91		5,569.14

Nota: Elaboración propia.

7.1.4. Inversión en Inventarios Iniciales.

En esta parte se considerará la inversión en materia prima, empaques, utensilios, uniformes, todo lo requerido para comenzar a producir.

Tabla 138
Inventarios Iniciales (expresado en soles)

Descripción	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
Insumos	428.22	77.08	505.30
Envases	1,262.60	227.27	1,489.87
Utensilios	3,692.20	664.60	4,356.80
Útiles de oficina	275.39	49.57	324.96
Total	5,658.41	1,018.51	6,676.93

Nota: Elaboración propia.

7.1.5. Inversión en capital de trabajo.

El método déficit acumulado para la inversión en el capital de trabajo, nos permite apreciar de manera mensual todos los ingresos y egresos que tendremos al inicio de la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 139

Inversión en capital de trabajo.

Ingresos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Kit Besamu Beauty	27,326	27,326	27,326	27,326	29,546	27,326	27,326	27,326	27,326	27,326	27,326	29,546
Repuesto Polvos Compactos	27,564	27,564	27,564	27,564	29,804	27,564	27,564	27,564	27,564	27,564	27,564	29,804
Repuesto Labial	19,321	19,321	19,321	19,321	20,890	19,321	19,321	19,321	19,321	19,321	19,321	20,890
Rimel	13,160	13,160	13,160	13,160	14,229	13,160	13,160	13,160	13,160	13,160	13,160	14,229
Ventas (sin IGV)	87,371	87,371	87,371	87,371	94,469	87,371	87,371	87,371	87,371	87,371	87,371	94,469
IGV Ventas	15,727	15,727	15,727	15,727	17,004	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	15,727	17,004
Total ventas	103,097	103,097	103,097	103,097	111,474	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097	111,474
Cobranza 30 días		103,097	103,097	103,097	103,097	111,474	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097
Total ingresos efectivo	0	103,097	103,097	103,097	103,097	111,474	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097	103,097
EGRESOS EFECTIVO	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Materiales	19,685	19,685	19,685	20,998	21,284	23,054	19,685	20,998	19,685	19,685	19,685	26,109
Material directo o materia prima	16,682	16,682	16,682	16,682	18,038	16,682	16,682	16,682	16,682	16,682	16,682	18,038
Herramientas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	121
Utensilios de producción	0	0	0	837	0	2,855	0	837	0	0	0	3,692
Material de oficina	0	0	0	275	0	0	0	275	0	0	0	275
IGV Materiales	3,003	3,003	3,003	3,203	3,247	3,517	3,003	3,203	3,003	3,003	3,003	3,983
Personal	25,437	25,437	25,437	25,437	29,327	25,437	37,106	26,487	25,437	25,437	31,758	37,106
Gerente General	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Asistente administrativo	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250	2,250
Jefe de producción	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
Jefe comercial	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Jefe de logística	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Operarios	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940	2,940
Operario Empaq. y Almac.	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860
Vendedores	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
SCTR	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587
Gratificación							11,668					11,668
CTS					3,889						6,320	
ESSALUD	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100	3,150	2,100	2,100	2,100	2,100

Egresos efectivo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Servicios	10,919	10,469	10,469	10,919	10,519	10,919	10,919	10,469	10,469	10,919	10,469	11,469
Energía Eléctrica	515	515	515	515	544	515	515	515	515	515	515	544
Agua	231	231	231	231	245	231	231	231	231	231	231	245
Arbitrios	450	0	0	450	0	0	450	0	0	450	0	0
Servicio de teléfono - internet	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Alquiler local	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019	4,019
Servicio de contabilidad	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950
Soporte TI	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Servicio seguridad	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
Servicio de limpieza	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
Recarga de extintores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	424
Mantenimiento	0	0	0	0	0	381	0	0	0	0	0	381
Servicio transporte distribución	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525
IGV Servicios	519	519	519	519	526	587	519	519	519	519	519	671
Promoción y Publicidad	24,728	19,359	14,748	12,152	10,004	16,900	9,213	12,128	8,548	10,039	8,269	8,269
Campaña YouTube	2,970	2,970	1,980	1,980	990	990	990	990	990	990	990	990
Activaciones	1,770	1,770	0	0	0	1,770	0	1,770	0	0	0	0
Página web, diseño creación	1,534	0	0	1,300	234	1,534	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento página web	236	0	0	0	236	0	0	0	236	0	0	0
Afiches, paneles, dípticos y trípticos.	10,148	10,148	7,000	7,000	7,000	6,800	6,800	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Fan page Facebook	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Pago de maquilladoras	1,500	1,500	1,500	0	0	1,500	0	1,500	0	1,500	0	0
kits de regalo sorteos	420	0	0	0	0	210	0	0	0	0	0	0
Otros gastos de marketing	2,360	0	2,000	0	0	1,500	0	0	0	0	0	0
IGV Promoción y Publicidad	3,772	2,953	2,250	1,854	1,526	2,578	1,405	1,850	1,304	1,531	1,261	1,261
Responsabilidad Social	2,021	0	348	1,606	348	0	1,954	0	0	348	1,606	348
Impacto ambiental												
Tachos colectores	57	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Con los trabajadores												
Desayunos-Almuerzos de integración	295	0	295	0	295	0	295	0	0	295	0	295
Con la comunidad												
Movilidad	130	0	0	130	0	0	130	0	0	0	130	0
Material de apoyo	177	0	0	177	0	0	177	0	0	0	177	0

Egresos efectivo	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Psicólogo	700	0	0	700	0	0	700	0	0	0	700	0
catering	354	0	0	354	0	0	354	0	0	0	354	0
IGV Responsabilidad Social	308	0	53	245	53	0	298	0	0	53	245	53
Impuestos	0	1,311	1,311	1,311	8,774	13,069	10,355	11,812	11,465	12,212	11,931	12,009
Pago IGV (al estado) - Del módulo de IGV		0	0	0	7,463	11,652	9,045	10,502	10,155	10,901	10,621	10,699
PAGO A CUENTA IMPUESTO RENTA (1.5%)		1,311	1,311	1,311	1,311	1,417	1,311	1,311	1,311	1,311	1,311	1,311
Préstamo	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263
Cuotas prestamos	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263	4,263
Total Egresos Efectivo	87,054	80,524	76,261	76,685	84,519	93,643	93,496	86,158	79,868	82,904	87,982	99,574
Saldo de caja (ingresos - egresos)	-87,054	22,573	26,837	26,412	18,578	17,831	9,602	16,940	23,229	20,193	15,116	3,523
Saldo de caja inicial	0	-87,054	-64,481	-37,644	-11,232	7,345	25,176	34,778	51,717	74,947	95,140	110,256
Saldo de caja final (acumulado)	-87,054	-64,481	-37,644	-11,232	7,345	25,176	34,778	51,717	74,947	95,140	110,256	113,779

Nota: Elaboración propia.

Tabla 140
Capital de trabajo anual.

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas		1,062,644.49	1,094,523.82	1,127,359.54	1,161,180.32	1,196,015.73
Capital de trabajo necesario		87,053.96	89,665.58	92,355.55	95,126.21	97,980.00
Inversión capital de trabajo	(87,053.96)	(2,611.62)	(2,689.97)	(2,770.67)	(2,853.79)	
Recuperación de capital de trabajo						97,980.00

Nota: Elaboración propia.

7.1.6. Liquidación del IGV.

Este sería un reporte manual de cómo está representado nuestra liquidación de I.G.V., que se presentara a SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria).

Tabla 141

Liquidación de I.G.V.

Módulo de IGV	Año 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
IGV Ventas		15,726.71	15,726.71	15,726.71	15,726.71	17,004.44	15,726.71
IGV Materiales		(3,002.82)	(3,002.82)	(3,002.82)	(3,203.07)	(3,246.78)	(3,516.73)
IGV Servicios		(518.68)	(518.68)	(518.68)	(518.68)	(526.32)	(587.32)
IGV Promoción y Publicidad		(3,772.08)	(2,953.08)	(2,249.64)	(1,853.64)	(1,526.04)	(2,577.96)
IGV Responsabilidad Social		(308.34)	0.00	(53.10)	(244.98)	(53.10)	0.00
IGV Activos tangibles	(21,202.04)						
IGV Activos intangibles	(607.93)						
IGV Gastos preoperativos	(7,912.48)						
IGV Neto	(29,722.45)	8,124.80	9,252.14	9,902.48	9,906.34	11,652.19	9,044.70
Crédito fiscal	(29,722.45)	(21,597.66)	(12,345.52)	(2,443.05)	0.00	0.00	0.00
Pago de IGV	0.00	0.00	0.00	0.00	7,463.30	11,652.19	9,044.70

Módulo de IGV	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
IGV Ventas	15,726.71	15,726.71	15,726.71	15,726.71	15,726.71	17,004.44
IGV Materiales	(3,002.82)	(3,203.07)	(3,002.82)	(3,002.82)	(3,002.82)	(3,982.73)
IGV Servicios	(518.68)	(518.68)	(518.68)	(518.68)	(518.68)	(671.24)
IGV Promoción y Publicidad	(1,405.44)	(1,850.04)	(1,303.92)	(1,531.44)	(1,261.44)	(1,261.44)
IGV Responsabilidad Social	(298.08)	0.00	0.00	(53.10)	(244.98)	(53.10)
IGV Activos tangibles						
IGV Activos intangibles						
IGV Gastos preoperativos						
IGV Neto	10,501.70	10,154.92	10,901.30	10,620.68	10,698.80	11,035.93
Crédito fiscal	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago de IGV	10,501.70	10,154.92	10,901.30	10,620.68	10,698.80	11,035.93

Nota: Elaboración propia.

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

En el presente cuadro se detallará de manera globalizada y totalizada, los montos que se necesitará invertir en esta empresa.

Tabla 142
Estructura de inversión.

Inversión	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activos Fijos	117,789.14	21,202.04	138,991.18	42%
Activos Intangibles	9,275.11	607.93	9,883.04	3%
Gastos preoperativos y garantía	81,452.50	7,912.48	89,364.98	27%
Inventarios iniciales	5,658.41	1,018.51	6,676.93	2%
Capital de Trabajo	87,053.96		87,053.96	26%
Total	301,229.12	30,740.97	331,970.09	100%

Nota: Elaboración propia.

7.2. Financiamiento

Una empresa sea grande o pequeña al inicio de sus funciones debe considerar el financiamiento bancario para o disminuir su capital de trabajo.

7.2.1. Estructura de financiamiento.

Para el comienzo de funciones en nuestra empresa hemos estructurado nuestro financiamiento de la siguiente manera.

Tabla 143
Estructura de financiamiento.

Inversión	Inversión Sin IGV	IGV	Inversión Con IGV	Capital propio	Deuda
Activo Fijo	117,789	21,202	138,991	53,991	85,000
Activo Intangibles	9,275	608	9,883	9,883	-
Gastos preoperativos	81,452	7,912	89,365	89,365	-
Inventarios iniciales	5,658	1,019	6,677	6,677	-
Capital de Trabajo	87,054	-	87,054	87,054	-
Total	301,229	30,741	331,970	246,970	85,000

Nota: Elaboración propia.

Tabla 144
Aporte de los socios.

Socio	Aporte
Martha	49,394
Luis	49,394
Hugo	49,394
Bilangie	49,394
Jesús	49,394
Total	246,970

Nota: Elaboración propia.



Figura 134. Estructura de financiamiento. Elaboración propia.

7.2.2. Financiamiento del activo fijo.

Después de haber evaluado diversas entidades financieras y bancos nacionales llegamos a la conclusión que el banco SCOTIABANK seria nuestra mejor opción.

Tabla 145

Evaluación de otras entidades financieras.

Entidad	CrediScotia	BBVA	Mi Banco	ScotiaBank
Préstamo	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
TEA	24%	26%	25%	19.00%
TCEA	26.55%	28.22%	27.88%	20.12%
TEM	1.98%	2.90%	2.07%	1.54%
Plazo (años)	2	2	2	2
Cuota Mensual	3,246.93	3,885.05	3,306.80	4,262.89
Monto Total	77,926.32	93,241.20	79,363.20	102,309.36

Nota: Elaboración propia.

A continuación, detallamos las condiciones del préstamo.

Tabla 146

Datos del Banco SCOTIABANK.

Préstamo	S/. 100,000
TEA	19.00%
TCEA	20.12%
TEM	1.54%
Plazo	2 años

Nota: Elaboración propia.

Tabla 147

Cronograma de pago de financiamiento anualizado.

	Deuda	Interés	Amortización	Cuota
Año 1	85,000	12,539	38,616	51,155
Año 2	46,384	4,771	46,384	51,155
Total		17,309	85,000	102,309

Nota: Elaboración propia.

Tabla 148

Cuotas mensuales del préstamo bancario.

Periodo	Deuda	Interés	Amortización	Cuota
1	85,000	1,308	2,955	4,263
2	82,045	1,263	3,000	4,263
3	79,045	1,217	3,046	4,263
4	75,999	1,170	3,093	4,263
5	72,906	1,122	3,141	4,263
6	69,765	1,074	3,189	4,263
7	66,576	1,025	3,238	4,263
8	63,338	975	3,288	4,263
9	60,050	924	3,339	4,263
10	56,711	873	3,390	4,263
11	53,321	821	3,442	4,263
12	49,879	768	3,495	4,263
13	46,384	714	3,549	4,263
14	42,835	659	3,604	4,263
15	39,232	604	3,659	4,263
16	35,573	548	3,715	4,263
17	31,857	490	3,773	4,263
18	28,085	432	3,831	4,263
19	24,254	373	3,890	4,263
20	20,365	313	3,949	4,263
21	16,415	253	4,010	4,263
22	12,405	191	4,072	4,263
23	8,333	128	4,135	4,263
24	4,198	65	4,198	4,263
Total		17,309	85,000	102,309

Nota: Elaboración propia.

7.2.3. Financiamiento del capital de trabajo.

Después de haber realizado el resumen del préstamo para financiar los activos fijos y los aportes de los socios llegamos a la conclusión que NO se solicitara préstamo bancario para capital de trabajo

7.3. Ingresos anuales

7.3.1. Ingresos por ventas.

Son los ingresos generados por la venta de nuestros productos. Cifras expresadas en soles.

Tabla 149
Ingresos por ventas.

Ingresos por ventas (soles)	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	332,355	342,326	352,596	363,174	374,069
Polvos Compactos	335,250	345,307	355,666	366,336	377,326
Labial	234,986	242,036	249,297	256,775	264,479
Rimel	160,054	164,855	169,801	174,895	180,142
Ventas sin IG	1,062,644	1,094,524	1,127,360	1,161,180	1,196,016
IG	191,276	197,014	202,925	209,012	215,283
Ventas con IG	1,253,920	1,291,538	1,330,284	1,370,193	1,411,299

Nota: Elaboración propia.

7.3.2. Recuperación de capital de trabajo.

En el horizonte a evaluar para recuperar el capital de trabajo invertido. En los flujos de caja se considera que la inversión de este y se recupera íntegramente al finalizar el proyecto.

Tabla 150
Recuperación de capital de trabajo.

Concepto	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas		1,062,644	1,094,524	1,127,360	1,161,180	1,196,016
Capital de trabajo necesario		87,054	89,666	92,356	95,126	97,980
Inversión capital de trabajo	(87,054)	(2,612)	(2,690)	(2,771)	(2,854)	0
Recuperación de capital de trabajo						97,980

Nota: Elaboración propia.

7.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Es el valor en que se estima el activo fijo luego de cumplir su vida útil.

Tabla 151

Depreciación y valor de Desecho Neto del activo fijo.

Descripción	Costo total (sin IGV)	Vida útil contable (años)	Deprec. 2020	Deprec. 2021	Deprec. 2022	Deprec. 2023-2024	Deprec. acumulada (5 años)	Valor en libros (5to año)	Valor mercado S/.	Valor residual al 5to año (Valor de desecho neto)
Producción										
Llenadora de lápiz labial 12 bocas LS01-EC	33,661	3	11,220	11,220	11,220	-	33,661	-	10,098	7,119
Llenadora de Rimel MA 02	28,051	3	9,350	9,350	9,350	-	28,051	-	8,415	5,933
Compactadora de polvo compacto SPD07S-SA	42,076	3	14,025	14,025	14,025	-	42,076	-	12,623	8,899
Laptop Lenovo Yoga i5	2,838	3	946	946	946	-	2,838	-	284	200
Pc Intel Celeron	1,270	3	423	423	423	-	1,270	-	127	90
Total	107,896		35,965	35,965	35,965	-	107,896	-	31,547	22,241
Ventas										
Laptop Lenovo Yoga i5	5,676	3	1,892	1,892	1,892	-	5,676	-	568	400
Impresora multifuncional	1,379	3	460	460	460	-	1,379	-	138	97
Total	7,055		2,352	2,352	2,352	-	7,055	-	706	497
Administración										
Laptop Lenovo Yoga i5	2,838	3	946	946	946	-	2,838	-	284	200
Total	2,838		946	946	946	-	2,838	-	284	200
	117,789		39,263	39,263	39,263	-	117,789	-	32,537	22,938
							IGV (soles)			5,857
							Valor de desecho con IGV (soles)			28,795

Nota: Elaboración propia.

7.4. Costos y gastos anuales

Es parte de la inversión de cualquier proyecto. En contabilidad, los costos se identifican directamente a los ingresos, los gastos no se asocian a este, por el contrario, disminuye el beneficio de la empresa.

7.4.1. Egresos desembolsables

Hacen referencia a los costos directos e indirectos, gastos de administración, gastos de ventas y financieros.

7.4.1.1. Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 152
Materia prima (cantidades)

Materia prima	Unidad	2020	2021	2022	2023	2024
Cera de abeja	kg	11.73	12.08	12.44	12.82	13.20
Aceite de coco	kg	12.82	13.21	13.60	14.01	14.43
Aceite de oliva	l	22.68	23.36	24.06	24.78	25.53
Vitamina E	kg	14.50	14.93	15.38	15.84	16.32
Beterraga (polvo)	kg	4.81	4.96	5.11	5.26	5.42
Manteca de Cacao	kg	3.85	3.97	4.08	4.21	4.33
Aceite esencial (rosas)	l	16.34	16.83	17.34	17.86	18.39
Excipiente	kg	23.28	23.98	24.70	25.44	26.20
Lecitina de soya	kg	8.14	8.38	8.63	8.89	9.16
Goma de acacia	kg	11.30	11.64	11.99	12.35	12.72
Carbón activado	kg	10.28	10.58	10.90	11.23	11.56
Agua destilada	l	52.45	54.02	55.64	57.31	59.03
Aloe Vera	l	10.24	10.55	10.87	11.19	11.53
Talco cosmético	kg	17.71	18.24	18.79	19.35	19.93
Miristato de magnesio	kg	8.86	9.12	9.39	9.68	9.97
Mica	kg	4.42	4.55	4.69	4.83	4.98
Estearato de magnesio	kg	2.20	2.27	2.34	2.41	2.48
Maicena	kg	35.31	36.37	37.46	38.59	39.75
Canela	kg	8.84	9.10	9.38	9.66	9.95
Polvos Compactos	und	9,481.38	9,765.82	10,058.79	10,360.56	10,671.37
Labial	und	10,069.61	10,371.70	10,682.85	11,003.34	11,333.44
Rimel	und	8,722.36	8,984.03	9,253.55	9,531.16	9,817.09
Estuche (KIT)	und	3,048.71	3,140.18	3,234.38	3,331.41	3,431.36

Nota: Elaboración propia.

Tabla 153
Materia prima (expresado en soles)

Materia prima	2020	2021	2022	2023	2024
Cera de abeja	1,760	1,812	1,867	1,923	1,980
Aceite de coco	7,694	7,924	8,162	8,407	8,659
Aceite de oliva	295	304	313	322	332
Vitamina E	3,163	3,258	3,356	3,457	3,560
Beterraga (polvo)	1,421	1,463	1,507	1,552	1,599
Manteca de Cacao	381	393	404	417	429
Aceite esencial (rosas)	27,778	28,611	29,470	30,354	31,264
Excipiente	1,513	1,558	1,605	1,653	1,703
Lecitina de soya	65	67	69	71	73
Goma de acacia	1,865	1,921	1,979	2,038	2,099
Carbón activado	719	741	763	786	810
Agua destilada	81	83	86	88	91
Aloe Vera	3,329	3,429	3,532	3,638	3,747
Talco cosmético	94	97	100	103	106
Miristato de magnesio	443	456	470	484	498
Mica	115	118	122	126	129
Estearato de magnesio	115	118	122	125	129
Maicena	141	145	150	154	159
Canela	415	428	441	454	467
Polvos Compactos	72,191	74,357	76,588	78,885	81,252
Labial	26,376	27,168	27,983	28,822	29,687
Rimel	23,233	23,930	24,648	25,387	26,149
Estuche (KIT)	29,712	30,603	31,522	32,467	33,441
Total materia prima (sin IGV)	202,899	208,986	215,255	221,713	228,364
IGV	36,522	37,617	38,746	39,908	41,106
Total materia prima (con IGV)	239,420	246,603	254,001	261,621	269,470

Nota: Elaboración propia.

Tabla 154
Materia prima por producto (expresado en soles)

Materia prima	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	86,473	89,067	91,739	94,491	97,326
Polvos Compactos	63,764	65,677	67,647	69,676	71,767
Labial	27,351	28,172	29,017	29,888	30,784
Rimel	25,311	26,070	26,852	27,658	28,487
Total materia prima (sin IGV)	202,899	208,986	215,255	221,713	228,364
IGV	36,522	37,617	38,746	39,908	41,106
Total materia prima (con IGV)	239,420	246,603	254,001	261,621	269,470

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Es aquella que está involucrada de manera directa es el esfuerzo y sea físico y mental que se emplea para la fabricación de un producto.

Tabla 155
Mano de obra directa.

Cargo	Área	Cant.	Sueldo básico mensual	SCRT mensual	Sub total mensual	Sub total anual	Gratif.	ESSALUD	CTS	Total por trabajador	Total planilla
Operarios	Prod.	3	980	25	1,005	12,063	1,005	1,176	503	14,748	44,243
TOTAL		3	980	25	1,005	12,063	1,005	1,176	503	14,748	44,243

Nota: Elaboración propia.

Tabla 156
Resumen mano de obra directa.

	2020	2021	2022	2023	2024
Número de operarios	3	3	3	3	3
Total MOD (expresado en soles)	44,243	44,243	44,243	44,243	44,243

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.

Son aquellos que se relacionan con el funcionamiento de la empresa, pero no son específicos del proceso productivo (no son materiales ni mano de obra directas).

Tabla 157

Resumen costos indirectos de fabricación.

Resumen costos indirectos de fabricación					
Material indirecto	2020	2021	2022	2023	2024
Empaque	4,385	4,517	4,653	4,792	4,936
Herramientas	121	121	121	121	121
Utensilios de producción	8,222	8,222	8,222	8,222	8,222
Material de oficina	147	147	147	147	147
Total S/ (sin IGV)	12,875	13,007	13,142	13,282	13,425
Servicios					
Energía Eléctrica	4,384	4,516	4,651	4,791	4,934
Agua	1,970	2,029	2,090	2,153	2,217
Arbitrios	1,260	1,260	1,260	1,260	1,260
Servicio de teléfono - internet	198	198	198	198	198
Alquiler local	33,760	33,760	33,760	33,760	33,760
Servicio de contabilidad	-	-	-	-	-
Soporte TI	-	-	-	-	-
Servicio seguridad	12,600	12,600	12,600	12,600	12,600
Servicio de limpieza	9,240	9,240	9,240	9,240	9,240
Recarga de extintores	297	297	297	297	297
Mantenimiento	339	339	678	678	678
Servicio transporte distribución	3,151	3,151	3,151	3,151	3,151
Total Costo Servicios (sin IGV)	67,198	67,389	67,924	68,127	68,335
Mano de obra indirecta					
Jefe de producción	48,155	48,155	48,155	48,155	48,155
Jefe de logística	37,621	37,621	37,621	37,621	37,621
Operario Empaq. y Almac.	27,990	27,990	27,990	27,990	27,990
Total MOI	113,767	113,767	113,767	113,767	113,767
Total CIF (sin IGV)	193,840	194,162	194,833	195,175	195,527
IGV	6,446	6,504	6,625	6,687	6,750
Total CIF (con IGV)	200,286	200,667	201,458	201,862	202,277

Nota: Elaboración propia.

Tabla 158

Estado de ganancias y pérdidas para los CIF.

CIF	2020	2021	2022	2023	2024
Mano de obra indirecta	113,767	113,767	113,767	113,767	113,767
Material indirecto	12,875	13,007	13,142	13,282	13,425
Servicios	67,198	67,389	67,924	68,127	68,335
Depreciación activos fijos	35,965	35,965	35,965	-	-
Amortización anual	7,424	7,424	7,424	7,424	7,424
Total CIF	237,230	237,552	238,223	202,599	202,951

Nota: Elaboración propia.

Tabla 159
CIF material indirecto.

Material indirecto	2020	2021	2022	2023	2024
Empaque	4,385	4,517	4,653	4,792	4,936
Herramientas	121	121	121	121	121
Utensilios de producción	8,222	8,222	8,222	8,222	8,222
Material de oficina	147	147	147	147	147
Total sin IGV	12,875	13,007	13,142	13,282	13,425
IGV	2,318	2,341	2,366	2,391	2,417
Total con IGV	15,193	15,348	15,508	15,672	15,842

Nota: Elaboración propia.

Los CIF para el Flujo de caja

Tabla 160
Costos indirectos de fabricación con IGV.

CIF (flujo de caja)	2020	2021	2022	2023	2024
Mano de obra indirecta	113,767	113,767	113,767	113,767	113,767
Material indirecto	12,875	13,007	13,142	13,282	13,425
Servicios	67,198	67,389	67,924	68,127	68,335
Total sin IGV	193,840	194,162	194,833	195,175	195,527
IGV	6,446	6,504	6,625	6,687	6,750
Total con IGV	200,286	200,667	201,458	201,862	202,277

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración

Son los gastos en que incurre la empresa que no está enlazado con la principal función de la producción.

Tabla 161
Planilla administrativa.

Planilla administrativa	2020	2021	2022	2023	2024
Gerente General	60,194	60,194	60,194	60,194	60,194
Asistente administrativo	33,859	33,859	33,859	33,859	33,859
Total	94,053	94,053	94,053	94,053	94,053

Nota: Elaboración propia.

Tabla 162
Materiales de oficina.

Materiales	2020	2021	2022	2023	2024
Material de oficina	340	340	340	340	340
Total sin IGV	340	340	340	340	340
IGV	61	61	61	61	61
Total con IGV	401	401	401	401	401

Nota: Elaboración propia.

Tabla 163
Servicios área administrativa.

Servicios	2020	2021	2022	2023	2024
Energía Eléctrica	927	927	927	927	927
Agua	417	417	417	417	417
Arbitrios	270	270	270	270	270
Servicio de teléfono - internet	462	462	462	462	462
Alquiler local	7,234	7,234	7,234	7,234	7,234
Servicio de contabilidad	11,400	11,400	11,400	11,400	11,400
Soporte TI	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Servicio seguridad	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
Servicio de limpieza	1,980	1,980	1,980	1,980	1,980
Recarga de extintores	64	64	64	64	64
Mantenimiento	254	254	254	254	254
Servicio transporte distribución	-	-	-	-	-
Total sin IGV	37,708	37,708	37,708	37,708	37,708
IGV	868	868	868	868	868
Total con IGV	38,576	38,576	38,576	38,576	38,576

Nota: Elaboración propia.

Tabla 164
Responsabilidad social.

Responsabilidad social	2020	2021	2022	2023	2024
Impacto ambiental					
Tachos colectores	57	57	57	57	57
Con los trabajadores					
Desayunos-Almuerzos de integración	3,540	3,540	3,540	3,540	3,540
Con la comunidad					
Movilidad	1,040	1,040	1,040	1,040	1,040
Material de apoyo	708	708	708	708	708
Psicólogo	5,600	5,600	5,600	5,600	5,600
Catering	2,832	2,832	2,832	2,832	2,832
Total sin IGV	13,777	13,777	13,777	13,777	13,777
IGV	2,480	2,480	2,480	2,480	2,480
Total con IGV	16,257	16,257	16,257	16,257	16,257

Nota: Elaboración propia.

Tabla 165
Resumen gastos administrativos.

Planilla	2020	2021	2022	2023	2024
Gerente General	60,194	60,194	60,194	60,194	60,194
Asistente administrativo	33,859	33,859	33,859	33,859	33,859
Total planilla	94,053	94,053	94,053	94,053	94,053
Materiales					
Material de oficina	340	340	340	340	340
Total sin IGV	340	340	340	340	340
Servicios					
Energía Eléctrica	927	927	927	927	927
Agua	417	417	417	417	417
Arbitrios	270	270	270	270	270
Servicio de teléfono - internet	462	462	462	462	462
Alquiler local	7,234	7,234	7,234	7,234	7,234
Servicio de contabilidad	11,400	11,400	11,400	11,400	11,400
Soporte TI	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Servicio seguridad	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
Servicio de limpieza	1,980	1,980	1,980	1,980	1,980
Recarga de extintores	64	64	64	64	64
Mantenimiento	254	254	254	254	254
Servicio transporte distribución	-	-	-	-	-
Total Costo Servicios sin IGV	37,708	37,708	37,708	37,708	37,708
Responsabilidad social					
Impacto ambiental					
Tachos colectores	57	57	57	57	57
Con los trabajadores					
Desayunos-Almuerzos de integración	3,540	3,540	3,540	3,540	3,540
Con la comunidad					
Movilidad	1,040	1,040	1,040	1,040	1,040
Material de apoyo	708	708	708	708	708
Psicólogo	5,600	5,600	5,600	5,600	5,600
catering	2,832	2,832	2,832	2,832	2,832
Total Costo Servicios (sin IGV)	13,777	13,777	13,777	13,777	13,777
Total sin IGV	145,877	145,877	145,877	145,877	145,877
IGV	3,409	3,409	3,409	3,409	3,409
Total con IGV	149,287	149,287	149,287	149,287	149,287

Nota: Elaboración propia.

Gastos administrativos para el estado de ganancias y pérdidas

Tabla 166

Gastos administrativos para el estado de ganancias y pérdidas.

Gastos administrativos	2020	2021	2022	2023	2024
Personal	94,053	94,053	94,053	94,053	94,053
Materiales	340	340	340	340	340
Servicios	37,708	37,708	37,708	37,708	37,708
Responsabilidad social	13,777	13,777	13,777	13,777	13,777
Depreciación activos fijos	2,352	2,352	2,352	-	-
Amortización anual	3,135	3,135	3,135	3,135	3,135
Total	151,364	151,364	151,364	149,012	149,012

Nota: Elaboración propia.

Gastos administrativos con IGV para el flujo de caja.

Tabla 167

Gastos administrativos Flujo de caja.

Gastos administrativos	2020	2021	2022	2023	2024
Personal	94,053	94,053	94,053	94,053	94,053
Materiales	340	340	340	340	340
Servicios	37,708	37,708	37,708	37,708	37,708
Responsabilidad social	13,777	13,777	13,777	13,777	13,777
Total sin IGV	145,877	145,877	145,877	145,877	145,877
IGV	3,409	3,409	3,409	3,409	3,409
Total con IGV	149,287	149,287	149,287	149,287	149,287

Nota: Elaboración propia.

7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.

Son los gastos que se incurren al momento de generar una venta, está concentrado en todos los esfuerzos que se ha generado para concretar la venta exitosa de nuestros productos, por ejemplo, los gastos de publicidad.

Tabla 168

Planilla de ventas.

Planilla ventas	2020	2021	2022	2023	2024
Jefe comercial	52,670	52,670	52,670	52,670	52,670
Vendedores	37,621	37,621	37,621	37,621	37,621
Total personal	90,291	90,291	90,291	90,291	90,291

Nota: Elaboración propia.

Tabla 169
Materiales de oficina.

Materiales	2020	2021	2022	2023	2024
Material de oficina	340	340	340	340	340
Total sin IG V	340	340	340	340	340
IG V	61	61	61	61	61
Total con IG V	401	401	401	401	401

Nota: Elaboración propia.

Tabla 170
Servicios del área de ventas.

Servicios	2020	2021	2022	2023	2024
Energía Eléctrica	927	927	927	927	927
Agua	417	417	417	417	417
Arbitrios	270	270	270	270	270
Servicio de teléfono - internet	661	661	661	661	661
Alquiler local	7,234	7,234	7,234	7,234	7,234
Servicio de contabilidad	-	-	-	-	-
Soporte TI	-	-	-	-	-
Servicio seguridad	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
Servicio de limpieza	1,980	1,980	1,980	1,980	1,980
Recarga de extintores	64	64	64	64	64
Mantenimiento	169	169	169	169	169
Servicio transporte distribución	3,151	3,151	3,151	3,151	3,151
Total sin IG V	17,572	17,572	17,572	17,572	17,572
IG V	1,456	1,456	1,456	1,456	1,456
Total con IG V	19,028	19,028	19,028	19,028	19,028

Nota: Elaboración propia.

Tabla 171
Publicidad incurrida.

Publicidad	2020	2021	2022	2023	2024
Campaña YouTube	29,572	33,228	37,933	42,302	46,900
Activaciones	7,080	7,080	7,080	7,080	7,080
Página web, diseño creación	4,602	4,602	4,602	4,602	4,602
Mantenimiento página web	708	708	708	708	708
Afiches, paneles, dípticos y trípticos.	140,884	158,302	180,715	201,531	223,434
Fan page Facebook	216	216	216	216	216
Pago de maquilladoras	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Kits de regalo sorteos	1,045	1,175	1,341	1,496	1,658
Otros gastos de marketing	9,725	10,927	12,474	13,911	15,423
Total Costo Servicios (sin IG V)	202,832	225,238	254,069	280,846	309,020
IG V	36,510	40,543	45,732	50,552	55,624
Total Costo Servicios (con IG V)	239,342	265,781	299,801	331,398	364,644

Nota: Elaboración propia.

Tabla 172
Gastos de ventas para el EGP.

Resumen gastos de ventas					
	2,020	2,021	2,022	2,023	2,024
Planilla					
Jefe comercial	52,670	52,670	52,670	52,670	52,670
Vendedores	37,621	37,621	37,621	37,621	37,621
Total Planilla	90,291	90,291	90,291	90,291	90,291
Materiales					
Material de oficina	340	340	340	340	340
Total sin IGV	340	340	340	340	340
Publicidad					
Campaña YouTube	29,572	33,228	37,933	42,302	46,900
Activaciones	7,080	7,080	7,080	7,080	7,080
Página web, diseño creación	4,602	4,602	4,602	4,602	4,602
Mantenimiento página web	708	708	708	708	708
Afiches, paneles, dípticos y trípticos.	140,884	158,302	180,715	201,531	223,434
Fan page Facebook	216	216	216	216	216
Pago de maquilladoras	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Kits de regalo sorteos	1,045	1,175	1,341	1,496	1,658
Otros gastos de marketing	9,725	10,927	12,474	13,911	15,423
Total Costo Publicidad y Marketing sin IGV	202,832	225,238	254,069	280,846	309,020
SERVICIOS					
Energía Eléctrica	927	927	927	927	927
Agua	417	417	417	417	417
Arbitrios	270	270	270	270	270
Servicio de teléfono - internet	661	661	661	661	661
Alquiler local	7,234	7,234	7,234	7,234	7,234
Servicio de contabilidad	0	0	0	0	0
Soporte TI	0	0	0	0	0
Servicio seguridad	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
Servicio de limpieza	1,980	1,980	1,980	1,980	1,980
Recarga de extintores	64	64	64	64	64
Mantenimiento	169	169	169	169	169
Servicio transporte distribución	3,151	3,151	3,151	3,151	3,151
Total Costo Servicios sin IGV	17,572	17,572	17,572	17,572	17,572
Total gastos de ventas sin IGV	311,034	333,440	362,271	389,048	417,222
IGV	38,027	42,060	47,249	52,069	57,141
Total gastos de ventas con IGV	349,061	375,500	409,520	441,117	474,363

Nota: Elaboración propia.

Tabla 173
Gastos de ventas para el EGP.

Gastos ventas	2020	2021	2022	2023	2024
Personal	90,291	90,291	90,291	90,291	90,291
Materiales	340	340	340	340	340
Servicios	17,572	17,572	17,572	17,572	17,572
Marketing y publicidad	202,832	225,238	254,069	280,846	309,020
Depreciación activos fijos	946	946	946	-	-
Amortización anual	5,978	5,978	5,978	5,978	5,978
Total gastos ventas	317,959	340,365	369,196	395,027	423,201

Nota: Elaboración propia.

Tabla 174
Gastos de ventas para el Flujo de caja.

Gastos ventas	2020	2021	2022	2023	2024
Personal	90,291	90,291	90,291	90,291	90,291
Materiales	340	340	340	340	340
Servicios	17,572	17,572	17,572	17,572	17,572
Marketing y publicidad	202,832	225,238	254,069	280,846	309,020
Total gastos ventas sin IGV	311,034	333,440	362,271	389,048	417,222
IGV	38,027	42,060	47,249	52,069	57,141
Total gastos ventas con IGV	349,061	375,500	409,520	441,117	474,363

Nota: Elaboración propia.

7.4.2. Egresos no desembolsables

7.4.2.1. Depreciación.

Es la pérdida de valor que sufre un activo fijo en el tiempo ya sea por el uso de este o por la deficiencia tecnológica.

Tabla 175
Depreciación Activos Fijos.

	2020	2021	2022	2023	2024
Depreciación activos fijos	39,263	39,263	39,263	-	-
Producción (CIF)	35,965	35,965	35,965	-	-
Gastos Administrativos	2,352	2,352	2,352	-	-
Gastos Ventas	946	946	946	-	-

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.2. Amortización de intangibles

Tabla 176

Amortización intangibles.

	2020	2021	2022	2023	2024
Amortización intangibles y gastos preoperativos	16,538	16,538	16,538	16,538	16,538
Producción (CIF)	7,424	7,424	7,424	7,424	7,424
Gastos Administrativos	3,135	3,135	3,135	3,135	3,135
Gastos Ventas	5,978	5,978	5,978	5,978	5,978

Nota: Elaboración propia.

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.

Tabla 177

Totalizado de egresos no desembolsables.

Egresos no desembolsables	2020	2021	2022	2023	2024
Depreciación activos fijos	39,263	39,263	39,263	-	-
Producción (CIF)	35,965	35,965	35,965	-	-
Gastos Administrativos	2,352	2,352	2,352	-	-
Gastos Ventas	946	946	946	-	-
Amortización intangibles y gastos preoperativos	16,538	16,538	16,538	16,538	16,538
Producción (CIF)	7,424	7,424	7,424	7,424	7,424
Gastos Administrativos	3,135	3,135	3,135	3,135	3,135
Gastos Ventas	5,978	5,978	5,978	5,978	5,978
Total egresos no desembolsables	55,801	55,801	55,801	16,538	16,538

Nota: Elaboración propia.

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 178

Costo de producción unitaria (expresado en soles)

Resumen de costos unitarios	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	105.39	105.41	106.02	102.61	103.05
Materia prima	28.36	28.36	28.36	28.36	28.36
Mano de obra directa	4.54	4.41	4.28	4.15	4.03
CIF	24.34	23.66	23.04	19.02	18.50
Gastos administrativos	15.53	15.08	14.64	13.99	13.58
Gastos de ventas	32.62	33.90	35.70	37.09	38.57
Polvos Compactos	46.73	46.74	47.04	45.41	45.62
Materia prima	9.91	9.91	9.91	9.91	9.91
Mano de obra directa	2.17	2.11	2.05	1.99	1.93
CIF	11.63	11.31	11.01	9.09	8.84
Gastos administrativos	7.42	7.21	7.00	6.69	6.49
Gastos de ventas	15.59	16.21	17.07	17.73	18.44
Labial	27.54	27.55	27.74	26.69	26.83
Materia prima	3.90	3.90	3.90	3.90	3.90
Mano de obra directa	1.39	1.35	1.31	1.28	1.24
CIF	7.47	7.26	7.07	5.84	5.68
Gastos administrativos	4.77	4.63	4.49	4.30	4.17
Gastos de ventas	10.01	10.41	10.96	11.39	11.84
Rimel	24.39	24.40	24.56	23.67	23.79
Materia prima	4.46	4.46	4.46	4.46	4.46
Mano de obra directa	1.17	1.14	1.11	1.07	1.04
CIF	6.30	6.12	5.96	4.92	4.79
Gastos administrativos	4.02	3.90	3.79	3.62	3.51
Gastos de ventas	8.44	8.77	9.24	9.60	9.98

Nota: Elaboración propia.

Tabla 179
Márgenes unitarios.

Margen unitario	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty					
Valor venta promedio	109.01	109.01	109.01	109.01	109.01
Costo unitario	105.39	105.41	106.02	102.61	103.05
Marge unitario	3.63	3.61	3.00	6.40	5.96
Margen %	3%	3%	3%	6%	5%
Polvos Compactos					
Valor venta promedio	52.12	52.12	52.12	52.12	52.12
Costo unitario	46.73	46.74	47.04	45.41	45.62
Marge unitario	5.38	5.37	5.08	6.71	6.50
Margen %	10%	10%	10%	13%	12%
Labial					
Valor venta promedio	33.47	33.47	33.47	33.47	33.47
Costo unitario	27.54	27.55	27.74	26.69	26.83
Marge unitario	5.93	5.92	5.73	6.78	6.64
Margen %	18%	18%	17%	20%	20%
Rimel					
Valor venta promedio	28.21	28.21	28.21	28.21	28.21
Costo unitario	24.39	24.40	24.56	23.67	23.79
Marge unitario	3.82	3.81	3.65	4.54	4.42
Margen %	14%	14%	13%	16%	16%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 180
Costos de producción para el kit.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	3,048.71	3,140.18	3,234.38	3,331.41	3,431.36
Ingresos (soles)	332,355.39	342,326.05	352,595.84	363,173.71	374,068.92
COSTOS DE PRODUCCION					
Materia Prima	86,472.73	89,066.91	91,738.91	94,491.08	97,325.81
Mano De Obra Directa	13,837.41	13,837.41	13,837.41	13,837.41	13,837.41
CIF	74,196.57	74,297.34	74,507.16	63,365.44	63,475.55
Total Costos					
Producción (Soles)	174,506.71	177,201.66	180,083.48	171,693.93	174,638.78
Costo Producción Unitario (Soles)	57.24	56.43	55.68	51.54	50.89
COSTO TOTAL UNITARIO					
	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	3,048.71	3,140.18	3,234.38	3,331.41	3,431.36
COSTOS TOTALES					
Materia Prima	86,472.73	89,066.91	91,738.91	94,491.08	97,325.81
Mano De Obra Directa	13,837.41	13,837.41	13,837.41	13,837.41	13,837.41
CIF	74,196.57	74,297.34	74,507.16	63,365.44	63,475.55
Gastos Administración	47,341.04	47,341.04	47,341.04	46,605.52	46,605.52
Gastos Ventas	99,445.55	106,453.33	115,470.55	123,549.50	132,361.37
Total Costos	321,293.29	330,996.03	342,895.07	341,848.95	353,605.67
Costo Total Unitario	105.39	105.41	106.02	102.61	103.05

Nota: Elaboración propia.

Tabla 181

Costos de producción para los polvos compactos.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	6,432.66	6,625.64	6,824.41	7,029.14	7,240.02
Ingresos (soles)	335,249.62	345,307.11	355,666.32	366,336.31	377,326.40
Costos de producción					
Materia Prima	63,763.80	65,676.72	67,647.02	69,676.43	71,766.72
Mano De Obra Directa	13,957.91	13,957.91	13,957.91	13,957.91	13,957.91
CIF	74,842.69	74,944.34	75,155.98	63,917.24	64,028.31
Total Costos Producción	152,564.40	154,578.97	156,760.91	147,551.58	149,752.94
Costo Producción Unitario	23.72	23.33	22.97	20.99	20.68
Costo total unitario					
	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	6,432.66	6,625.64	6,824.41	7,029.14	7,240.02
COSTOS TOTALES					
Materia Prima	63,763.80	65,676.72	67,647.02	69,676.43	71,766.72
Mano De Obra Directa	13,957.91	13,957.91	13,957.91	13,957.91	13,957.91
CIF	74,842.69	74,944.34	75,155.98	63,917.24	64,028.31
Gastos Administración	47,753.29	47,753.29	47,753.29	47,011.37	47,011.37
Gastos Ventas	100,311.54	107,380.35	116,476.10	124,625.39	133,514.00
Total Costos	300,629.24	309,712.61	320,990.30	319,188.35	330,278.32
Costo Total Unitario	46.73	46.74	47.04	45.41	45.62

Nota: Elaboración propia.

Tabla 182

Costos de producción para el labial.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	7,020.90	7,231.53	7,448.47	7,671.93	7,902.08
Ingresos	234,985.93	242,035.51	249,296.57	256,775.47	264,478.74
Costos de producción					
Materia Prima	27,351.32	28,171.86	29,017.02	29,887.53	30,784.16
Mano De Obra Directa	9,783.49	9,783.49	9,783.49	9,783.49	9,783.49
CIF	52,459.36	52,530.60	52,678.95	44,801.40	44,879.25
Total Costos Producción	89,594.18	90,485.96	91,479.46	84,472.42	85,446.90
Costo Producción Unitario	12.76	12.51	12.28	11.01	10.81
Costo total unitario					
	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	7,020.90	7,231.53	7,448.47	7,671.93	7,902.08
Costos totales					
Materia Prima	27,351.32	28,171.86	29,017.02	29,887.53	30,784.16
Mano De Obra Directa	9,783.49	9,783.49	9,783.49	9,783.49	9,783.49
CIF	52,459.36	52,530.60	52,678.95	44,801.40	44,879.25
Gastos Administración	33,471.63	33,471.63	33,471.63	32,951.60	32,951.60
Gastos Ventas	70,311.19	75,265.92	81,641.39	87,353.46	93,583.73
Total Costos	193,377.00	199,223.52	206,592.48	204,777.48	211,982.24
Costo Total Unitario	27.54	27.55	27.74	26.69	26.83

Nota: Elaboración propia.

Tabla 183
Costos de producción para el Rimel.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	5,673.65	5,843.86	6,019.17	6,199.75	6,385.74
Ingresos	160,053.55	164,855.15	169,800.81	174,894.83	180,141.68
Costos de producción					
Materia Prima	25,310.70	26,070.02	26,852.12	27,657.68	28,487.41
Mano De Obra Directa	6,663.73	6,663.73	6,663.73	6,663.73	6,663.73
CIF	35,731.10	35,779.63	35,880.67	30,515.12	30,568.14
Total Costos Producción	67,705.53	68,513.38	69,396.52	64,836.53	65,719.29
Costo Producción Unitario	11.93	11.72	11.53	10.46	10.29
Costo total unitario					
	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	5,673.65	5,843.86	6,019.17	6,199.75	6,385.74
Costos totales					
Materia Prima	25,310.70	26,070.02	26,852.12	27,657.68	28,487.41
Mano De Obra Directa	6,663.73	6,663.73	6,663.73	6,663.73	6,663.73
CIF	35,731.10	35,779.63	35,880.67	30,515.12	30,568.14
Gastos Administración	22,798.19	22,798.19	22,798.19	22,443.98	22,443.98
Gastos Ventas	47,890.34	51,265.10	55,607.56	59,498.16	63,741.72
Total Costos	138,394.05	142,576.67	147,802.26	146,778.67	151,904.99
Costo Total Unitario	24.39	24.40	24.56	23.67	23.79

Nota: Elaboración propia.

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.

Los costos fijos son aquellos que no dependen del volumen de producción, así se produzca poco o mucho estos se van a mantener. Los costos variables guardan relación de dependencia con los volúmenes de producción, quiere decir que estos se incrementan a mayor nivel de fabricación.

Tabla 184
Tabla resumen de costos unitarios.

Resumen de costos unitarios	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty	105.39	105.41	106.02	102.61	103.05
Costo variable unitario	29.02	29.02	29.02	29.02	29.02
Costo fijo unitario	76.37	76.39	77.00	73.60	74.04
Polvos Compactos	46.73	46.74	47.04	45.41	45.62
Costo variable unitario	10.22	10.22	10.22	10.22	10.22
Costo fijo unitario	36.51	36.52	36.81	35.19	35.39
Labial	27.54	27.55	27.74	26.69	26.83
Costo variable unitario	4.10	4.10	4.10	4.10	4.10
Costo fijo unitario	23.45	23.45	23.64	22.60	22.73
Rimel	24.39	24.40	24.56	23.67	23.79
Costo variable unitario	4.63	4.63	4.63	4.63	4.63
Costo fijo unitario	19.76	19.77	19.93	19.05	19.16

Nota: Elaboración propia.

Tabla 185
Margen de contribución expresado en soles.

Margen de Contribución	2020	2021	2022	2023	2024
Kit Besamu Beauty					
Valor venta unitario promedio	109.01	109.01	109.01	109.01	109.01
Costo variable unitario	29.02	29.02	29.02	29.02	29.02
Margen de contribución unitario	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Polvos Compactos					
Valor venta unitario promedio	52.12	52.12	52.12	52.12	52.12
Costo variable unitario	10.22	10.22	10.22	10.22	10.22
Margen de contribución unitario	41.89	41.89	41.89	41.89	41.89
Labial					
Valor venta unitario promedio	33.47	33.47	33.47	33.47	33.47
Costo variable unitario	4.10	4.10	4.10	4.10	4.10
Margen de contribución unitario	29.37	29.37	29.37	29.37	29.37
Rimel					
Valor venta unitario promedio	28.21	28.21	28.21	28.21	28.21
Costo variable unitario	4.63	4.63	4.63	4.63	4.63
Margen de contribución unitario	23.58	23.58	23.58	23.58	23.58

Nota: Elaboración propia.

Tabla 186
Costos fijos y variables por el kit.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	3,049	3,140	3,234	3,331	3,431
Ingresos	332,355	342,326	352,596	363,174	374,069
Costos variables					
Materia prima	86,473	89,067	91,739	94,491	97,326
CIF - variable (material empaque, energía, agua, gas, transporte)	1,987	2,047	2,108	2,172	2,237
Total Costos Variables	88,460	91,114	93,847	96,663	99,563
	29.02	29.02	29.02	29.02	29.02
Costos Variable Unitario	29.02	29.02	29.02	29.02	29.02
Costos fijos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Kits unidades	3,049	3,140	3,234	3,331	3,431
Costos fijos					
Mano De Obra Directa	13,837	13,837	13,837	13,837	13,837
CIF	72,209	72,250	72,399	61,194	61,239
Gastos Administración	47,341	47,341	47,341	46,606	46,606
Gastos Ventas	99,446	106,453	115,471	123,549	132,361
Total Costos Fijos	232,833	239,882	249,048	245,186	254,043
Costo Fijo unitario	76.37	76.39	77.00	73.60	74.04

Nota: Elaboración propia.

Tabla 187

Costos fijos y variables por los polvos compactos.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	6,433	6,626	6,824	7,029	7,240
Ingresos	335,250	345,307	355,666	366,336	377,326
Costos variables					
Materia Prima	63,764	65,677	67,647	69,676	71,767
CIF - VARIABLE (Material Empaque, Energía, Agua, Gas, Transporte)	2,005	2,065	2,127	2,191	2,256
Total Costos Variables	65,769	67,742	69,774	71,867	74,023
Costos Variable Unitario	10.22	10.22	10.22	10.22	10.22
Costos fijos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Polvos unidades	6,433	6,626	6,824	7,029	7,240
Costos fijos					
Mano De Obra Directa	13,958	13,958	13,958	13,958	13,958
CIF	72,838	72,879	73,029	61,727	61,772
Gastos Administración	47,753	47,753	47,753	47,011	47,011
Gastos Ventas	100,312	107,380	116,476	124,625	133,514
Total Costos Fijos	234,861	241,971	251,216	247,321	256,255
Costo fijo unitario	36.51	36.52	36.81	35.19	35.39

Nota: Elaboración propia.

Tabla 188

Costos fijos y variables para el labial.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	7,021	7,232	7,448	7,672	7,902
Ingresos	234,986	242,036	249,297	256,775	264,479
Costos variables					
Materia Prima	27,351	28,172	29,017	29,888	30,784
CIF - VARIABLE (Material Empaque, Energía, Agua, Gas, Transporte)	1,405	1,447	1,491	1,535	1,582
Total Costos Variables	28,756	29,619	30,508	31,423	32,366
Costos variable unitario	8.21	8.13	8.13	8.13	8.13
Costos fijos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Labiales unidades	7,021	7,232	7,448	7,672	7,902
Costos fijos					
Mano De Obra Directa	9,783	9,783	9,783	9,783	9,783
CIF	51,054	51,083	51,188	43,266	43,298
Gastos Administración	33,472	33,472	33,472	32,952	32,952
Gastos Ventas	70,311	75,266	81,641	87,353	93,584
Total Costos Fijos	164,621	169,604	176,085	173,355	179,617
	9,783	9,783	9,783	9,783	9,783
Costo fijo unitario	23.45	23.45	23.64	22.60	22.73

Nota: Elaboración propia.

Tabla 189
Costos fijos y variables para el Rimel.

	2020	2021	2022	2023	2024
Unidades	5,674	5,844	6,019	6,200	6,386
Ingresos	160,054	164,855	169,801	174,895	180,142
Costos variables					
Materia prima	25,311	26,070	26,852	27,658	28,487
CIF - variable (Material Empaque, Energía, Agua, Gas, Transporte)	957	986	1,015	1,046	1,077
Total Costos Variables	26,268	27,056	27,867	28,704	29,565
Costos Variable Unitario	4.63	4.63	4.63	4.63	4.63
Costos fijos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Rímel unidades	5,674	5,844	6,019	6,200	6,386
Costos fijos					
Mano de obra directa	6,664	6,664	6,664	6,664	6,664
CIF	34,774	34,794	34,865	29,469	29,491
Gastos administración	22,798	22,798	22,798	22,444	22,444
Gastos ventas	47,890	51,265	55,608	59,498	63,742
Total costos fijos	112,126	115,521	119,935	118,075	122,340
Costo fijo unitario	19.76	19.77	19.93	19.05	19.16

Nota: Elaboración propia.

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

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

- El Proyecto tiene un horizonte de evaluación de 5 años.
- Los valores de venta y sus representaciones de nuestro producto se encuentran en la siguiente tabla:

Tabla 190
Estructura de precios.

Producto	Valor Venta	IGV	Precio de Venta al canal	Margen del canal	Precio de Venta sugerido al público
Kit Besamu Beauty	109	20	129	35%	198
Polvos Compactos	52	9	61	35%	95
Labial	33	6	39	35%	61
Rimel	28	5	33	35%	51

Nota: Elaboración propia.

- Actualmente se toma el 18% del IGV.
- No incluyen IGV el estado de ganancias y pérdidas.
- Afecto al IGV está el flujo de caja.
- Depreciación acelerada por ser Mype a 3 años
- La amortización es de 5 años.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Nuestra utilidad neta en el ejercicio del primer año es positiva, cómo para los siguientes años también se obtienen resultados positivos en incremento.

Tabla 191
Estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros.

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	1,062,644	1,094,524	1,127,360	1,161,180	1,196,016
Costo de ventas	(484,371)	(490,780)	(497,720)	(468,554)	(475,558)
(-) Materia Prima	(202,899)	(208,986)	(215,255)	(221,713)	(228,364)
(-) Mano de obra directa	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)
(-) CIF	(237,230)	(237,552)	(238,223)	(202,599)	(202,951)
Utilidad bruta	578,274	603,744	629,639	692,626	720,458
Gastos operativos	(469,323)	(491,729)	(520,560)	(544,039)	(572,213)
(-) Gastos administrativos	(151,364)	(151,364)	(151,364)	(149,012)	(149,012)
(-) Gastos ventas	(317,959)	(340,365)	(369,196)	(395,027)	(423,201)
EBIT o utilidad operativa	108,951	112,015	109,079	148,587	148,245
Perdida/utilidad acumulada	108,951	112,015	109,079	148,587	148,245
(-) impuesto a la renta	(19,856)	(20,759)	(19,893)	(31,548)	(31,447)
Utilidad operativa después de impuestos	89,095	91,256	89,186	117,039	116,797

Nota: Elaboración propia.

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

El siguiente cuadro muestra los gastos de financiación y escudo fiscal, es por ello por lo que la utilidad neta es más exacta, siendo un resultado menor que el anterior.

Tabla 192

Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	1,062,644	1,094,524	1,127,360	1,161,180	1,196,016
Costo de ventas	(484,371)	(490,780)	(497,720)	(468,554)	(475,558)
(-) Material directo	(202,899)	(208,986)	(215,255)	(221,713)	(228,364)
(-) Mano de obra directa	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)
(-) CIF	(237,230)	(237,552)	(238,223)	(202,599)	(202,951)
Utilidad bruta	578,274	603,744	629,639	692,626	720,458
(-) Gastos administrativos	(151,364)	(151,364)	(151,364)	(149,012)	(149,012)
(-) Gastos ventas	(317,959)	(340,365)	(369,196)	(395,027)	(423,201)
EBIT o utilidad operativa	108,951	112,015	109,079	148,587	148,245
Gastos financieros	(12,539)	(4,771)	0	0	
Utilidad antes impuestos	96,412	107,244	109,079	148,587	148,245
Perdida/utilidad acumulada	96,412	107,244	109,079	148,587	148,245
(-) Impuesto a la renta	(16,157)	(19,352)	(19,893)	(31,548)	(31,447)
Utilidad neta	80,256	87,892	89,186	117,039	116,797
Escudo fiscal	3,699	1,407	0	0	0

Nota: Elaboración propia.

8.4. Flujo de Caja Operativo.

En la siguiente tabla mostramos todos los ingresos y egresos para el proyecto.

Tabla 193
Flujo de caja operativo.

	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	1,253,920.50	1,291,538.11	1,330,284.25	1,370,192.78	1,411,298.57
(-) Material directo o materia prima	(239,420.29)	(246,602.89)	(254,000.98)	(261,621.01)	(269,469.64)
(-) Mano de obra directa	(44,242.55)	(44,242.55)	(44,242.55)	(44,242.55)	(44,242.55)
(-) CIF	(200,286.39)	(200,666.58)	(201,458.17)	(201,861.51)	(202,276.96)
(-) Gastos administrativos	(149,286.66)	(149,286.66)	(149,286.66)	(149,286.66)	(149,286.66)
(-) Gastos ventas	(349,060.82)	(375,500.01)	(409,520.45)	(441,117.21)	(474,362.90)
(-) Impuestos a la renta	(19,855.52)	(20,759.42)	(19,893.43)	(31,548.13)	(31,447.13)
(-) Pago IGV (estado)	(76,130.96)	(107,423.46)	(106,895.06)	(106,939.05)	(112,734.01)
Flujo de caja operativo	175,637.32	147,056.54	144,986.96	133,576.67	127,478.73

Nota: Elaboración propia.

8.5. Flujo de Capital.

Se toma todas las inversiones que se realiza en el proyecto.

Tabla 194

Flujo de caja capital.

Flujo de capital o inversión total	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
(-) Inversión activos tangibles	(138,991.18)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Inversión activos intangibles	(9,883.04)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Gastos preoperativos	(89,364.98)	0.00	0.00	0.00	0.00	8,038.00
(-) Inventarios iniciales	(87,053.96)	(2,611.62)	(2,689.97)	(2,770.67)	(2,853.79)	0.00
(-) Inversión capital de trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	28,794.84
(+) Valor de desecho activos fijos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	97,980.00
(+) Valor de recupero capital de trabajo	(325,293.16)	(2,611.62)	(2,689.97)	(2,770.67)	(2,853.79)	134,812.84
Flujo de capital o inversión total	(138,991.18)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Nota: Elaboración propia.

8.6. Flujo de Caja Económico.

Muestra la respuesta de la diferencia del flujo de caja operativo y el flujo de capital.

Tabla 195

Flujo de caja económico.

Flujo de caja económico	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo de caja operativo	0.00	175,637.32	147,056.54	144,986.96	133,576.67	127,478.73
Flujo de capital o inversión total	(325,293.16)	(2,611.62)	(2,689.97)	(2,770.67)	(2,853.79)	134,812.84
Flujo de caja económico	(325,293.16)	173,025.70	144,366.57	142,216.29	130,722.88	262,291.57

Nota: Elaboración propia.

8.7. Flujo del Servicio de la deuda.

La siguiente tabla nos muestra la cantidad financiada por el banco Scotiabank y demás, tales como

Tabla 196

Flujo del servicio de la deuda.

Flujo de caja de la deuda	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Préstamo	85,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Cuotas (amortización + intereses)	0.00	(51,154.68)	(51,154.68)	0.00	0.00	0.00
(+) Escudo fiscal	0.00	3,698.96	1,407.30	0.00	0.00	0.00
Flujo de caja de la deuda	85,000.00	(47,455.72)	(49,747.38)	0.00	0.00	0.00

Nota: Elaboración propia.

8.8. Flujo de Caja Financiero.

Observamos que los resultados son positivos desde el primer año.

Al final del horizonte se agrega la recuperación del capital del trabajo al cual se le suma el valor de desecho neto.

Tabla 197

Flujo de caja financiero.

Flujo de caja financiero	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo de caja económico	(325,293)	173,026	144,367	142,216	130,723	262,292
Flujo de caja de la deuda	85,000	(47,456)	(49,747)	0	0	0
Flujo de caja financiero	(240,293)	125,570	94,619	142,216	130,723	262,292

Nota: Elaboración propia.

Capítulo IX: Evaluación económico-financiera

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1. Costo de oportunidad

Costo de oportunidad nos permite analizar diferentes alternativas de inversión en el mercado, para tomar una decisión dependiendo de la rentabilidad que desee obtener y el riesgo que se esté dispuesto a asumir.

9.1.1.1. CAPM.

El Capital Asset Pricing Model (CAPM) o Modelo de valoración de activos financieros, sirve para analizar el costo de oportunidad que nos ofrece el invertir en determinado sector empresarial, en nuestro caso el de los cosméticos.

$$r_e = R_f + [E(R_m) - R_f] \beta + RP$$

Tabla 198
Modelo CAPM.

Modelo de valoración de activos financieros			
Beta	Household Products	B	0.88
% Financiamiento	Financiamiento del proyecto (Deuda)	D	25.60%
% Capital Propio	Financiamiento del proyecto (Patrimonio)	E	74.40%
Tasa Impuesto a la Renta	Legislación Vigente	I	29.50%
Beta Apalancado	$Bd^* \{ [1+(D/E)]^*(1-I) \}$	Ba	0.83
Tasa Libre de Riesgo	T. Bonds (10 años)	TLR	2.28%
Rendimiento del Mercado	Rendimiento S&P 500	RM	13.49%
Riesgo País	BCR (prom. 12 meses)	RP	1.48%
CAPM	TLR+[Ba*(RM-TLR)]+RP	KP	13.09%

Nota: Elaboración propia.

9.1.1.2. COK propio.

El COK propio nos permite calcular el costo de oportunidad de los accionistas en sus diferentes alternativas de inversión.

Tabla 199
Costo de Oportunidad Propio.

Costo de oportunidad por accionista		
Accionistas	Alternativa de inversión	Rentabilidad
Hugo	B. Pichincha - Plazo fijo	5.75%
Jesús	ScotiaBank - Plazo fijo	4.20%
Martha	B. Pichincha - Plazo fijo	5.75%
Bilangie	ScotiaBank - Plazo fijo	4.20%
Luis	B. Pichincha - Plazo fijo	5.75%
	Prom. de rentabilidad	5.13%
	Factor riesgo	3.76
	COK (Propio)	19.31%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 200
Costo de la Deuda.

Costo de la deuda		
Concepto	TCEA	TCEA neta
Deuda Capital de trabajo	0.00%	0.00%
Deuda Activos Fijos	20.12%	14.18%

Nota: Elaboración propia.

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

El costo promedio ponderado de capital nos permite obtener el costo de inversión del capital propio y de una fuente de financiamiento.

Tabla 201
Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Capital	Monto (S/.)	%	Costo	Costo neto	WACC
Deuda Capital de trabajo	0	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Deuda Activos Fijos	85,000	25.60%	20.12%	14.18%	3.63%
Capital propio	246,970	74.40%	19.31%	19.31%	14.37%
TOTAL	331,970	100.00%			18.00%

Nota: Elaboración propia.

9.2. Evaluación económico-financiera.

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.

Los indicadores financieros evalúan la rentabilidad de los flujos económicos y financieros con respecto al tiempo, determinando así su viabilidad y rentabilidad económica

Tabla 202
Flujos de caja económico y financiero.

Concepto	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo económico	(325,293)	173,026	144,367	142,216	130,723	262,292
Flujo financiero	(240,293)	125,570	94,619	142,216	130,723	262,292

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.1. VANE y VANF.

El VAN es el valor actual neto, el método para hallar el VAN nos ayuda a traer todos los flujos futuros a su valor presente. Si el VAN es negativo, no se debe invertir ya que sería una pérdida. Si es cero no se gana ni se pierde, pero también se debe rechazar porque si bien no se pierde, existe un riesgo inherente al invertir. Si es positivo se puede aceptar porque hay beneficio.

$$VAN = \sum_{i=1}^n \frac{FC_i}{(1+r)^i} - I_0$$

Para el valor actual neto económico (VANE), utilizamos el WACC y para el financiero usamos el COK.

El proyecto nos da los indicadores:

VANE	S/. 193,666
VANF	S/. 188,139

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

La tasa interna de retorno (TIR), el método para hallar la TIR nos devuelve la tasa de una inversión. Tenemos TIR económico, financiero y modificadas.

El proyecto nos da los indicadores:

TIRE	41.16%
TIRF	46.97%
TIRME	35.47%
TIRMF	38.83%

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

Este método sirve para determinar en qué tiempo recuperamos nuestra inversión, tenemos el económico y el financiero.

Tabla 203
Periodo de recuperación descontado económico.

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo Económico Descontado	(325,293)	146,633	103,684	86,560	67,428	114,655
Acumulado	(325,293)	(178,660)	(74,976)	11,583	79,011	193,666
Período de Recupero Económico	2.87 años					
Equivalente a:	2 años		10 meses			

Nota: Elaboración propia.

Tabla 204
Periodo de recuperación descontado financiero.

	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo Financiero Descontado	(240,293)	105,245	66,467	83,732	64,507	108,481
Acumulado	(240,293)	(135,049)	(68,581)	15,151	79,658	188,139
Período de Recupero Financiero	2.82 años					
Equivalente a:	2 años		10 meses			

Nota: Elaboración propia.

9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Este análisis nos muestra el beneficio sobre nuestra inversión, el proyecto nos devuelve S/. 0.61 y S/. 0.46 por cada sol invertido económica y financieramente.

Relación B/C Económico: **1.60**
 Relación B/C Financiero: **1.78**

9.2.2. Análisis del punto de equilibrio.

9.2.2.1. Costos variables, Costos fijos.

Analizaremos nuestras ventas y costos variables y fijos de cada uno de nuestros productos, para así obtener un punto de equilibrio, tanto en unidades y en soles.

Tabla 205
Punto de Equilibrio – KIT Besamu Beauty.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas (en Soles)	332,355	342,326	352,596	363,174	374,069
Venta en Unidades	3,049	3,140	3,234	3,331	3,431
Valor de Venta Promedio	109	109	109	109	109
Materia Prima	86,473	89,067	91,739	94,491	97,326
Costos Variables	86,473	89,067	91,739	94,491	97,326
Costo Variable Unitario Promedio	28	28	28	28	28
Mano de Obra Directa	13,837	13,837	13,837	13,837	13,837
Costos Indirectos	74,197	74,297	74,507	63,365	63,476
Gastos Administrativos	47,341	47,341	47,341	46,606	46,606
Gastos de Venta	99,446	106,453	115,471	123,549	132,361
Depreciación Activo Fijo	5,398	5,398	5,398	0	0
Amortización de Intangibles	2,274	2,274	2,274	2,274	2,274
Costos Fijos	242,492	249,601	258,828	249,631	258,553
Punto de Equilibrio (Nº de Unidades)	3,007	3,095	3,209	3,095	3,206
Punto de Equilibrio (En Soles)	327,772	337,381	349,853	337,423	349,482

Nota: Elaboración propia.

Tabla 206
Punto de Equilibrio – Polvos Compactos.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas (en Soles)	335,250	345,307	355,666	366,336	377,326
Venta en Unidades	6,433	6,626	6,824	7,029	7,240
Valor de Venta Promedio	52	52	52	52	52
Materia Prima	63,764	65,677	67,647	69,676	71,767
Costos Variables	63,764	65,677	67,647	69,676	71,767
Costo Variable Unitario Promedio	10	10	10	10	10
Mano de Obra Directa	13,958	13,958	13,958	13,958	13,958
Costos Indirectos	74,843	74,944	75,156	63,917	64,028
Gastos Administrativos	47,753	47,753	47,753	47,011	47,011
Gastos de Venta	100,312	107,380	116,476	124,625	133,514
Depreciación Activo Fijo	11,389	11,389	11,389	0	0
Amortización de Intangibles	4,797	4,797	4,797	4,797	4,797
Costos Fijos	253,052	260,222	269,530	254,309	263,309
Punto de Equilibrio (Nº de Unidades)	5,996	6,166	6,386	6,026	6,239
Punto de Equilibrio (En Soles)	312,486	321,341	332,834	314,039	325,152

Nota: Elaboración propia.

Tabla 207
Punto de Equilibrio – Labial.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas (en Soles)	234,986	242,036	249,297	256,775	264,479
Venta en Unidades	7,021	7,232	7,448	7,672	7,902
Valor de Venta Promedio	33	33	33	33	33
Materia Prima	27,351	28,172	29,017	29,888	30,784
Costos Variables	27,351	28,172	29,017	29,888	30,784
Costo Variable Unitario Promedio	4	4	4	4	4
Mano de Obra Directa	9,783	9,783	9,783	9,783	9,783
Costos Indirectos	52,459	52,531	52,679	44,801	44,879
Gastos Administrativos	33,472	33,472	33,472	32,952	32,952
Gastos de Venta	70,311	75,266	81,641	87,353	93,584
Depreciación Activo Fijo	12,431	12,431	12,431	0	0
Amortización de Intangibles	5,236	5,236	5,236	5,236	5,236
Costos Fijos	183,692	188,718	195,242	180,126	186,434
Punto de Equilibrio (Nº de Unidades)	6,211	6,381	6,602	6,091	6,304
Punto de Equilibrio (En Soles)	207,890	213,578	220,961	203,854	210,993

Nota: Elaboración propia.

Tabla 208
Punto de Equilibrio – Rímel.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas (en Soles)	160,054	164,855	169,801	174,895	180,142
Venta en Unidades	5,674	5,844	6,019	6,200	6,386
Valor de Venta Promedio	28	28	28	28	28
Materia Prima	25,311	26,070	26,852	27,658	28,487
Costos Variables	25,311	26,070	26,852	27,658	28,487
Costo Variable Unitario Promedio	4	4	4	4	4
Mano de Obra Directa	6,664	6,664	6,664	6,664	6,664
Costos Indirectos	35,731	35,780	35,881	30,515	30,568
Gastos Administrativos	22,798	22,798	22,798	22,444	22,444
Gastos de Venta	47,890	51,265	55,608	59,498	63,742
Depreciación Activo Fijo	10,045	10,045	10,045	0	0
Amortización de Intangibles	4,231	4,231	4,231	4,231	4,231
Costos Fijos	127,360	130,783	135,227	123,352	127,649
Punto de Equilibrio (Nº de Unidades)	5,363	5,507	5,694	5,194	5,375
Punto de Equilibrio (En Soles)	151,284	155,350	160,628	146,523	151,627

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.2. Estado de resultados (costeo directo)

Realizamos un estado de resultados con el método de costeo directo para cada uno de nuestros productos, en el cual podamos apreciar que nuestra utilidad

operativa sea 0, indicándonos que nuestras ventas fueron iguales a nuestros costos.

Tabla 209

Estado de Resultados – Costeo Directo – KIT Besamu Beauty.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	327,772	337,381	349,853	337,423	349,482
(-) Costos Variables	(85,280)	(87,780)	(91,025)	(87,791)	(90,929)
Margen de Contribución	242,492	249,601	258,828	249,631	258,553
(-) EBIT o Costos Fijos	(242,492)	(249,601)	(258,828)	(249,631)	(258,553)
Utilidad Operativa	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia.

Tabla 210

Estado de Resultados – Costeo Directo – Polvos Compactos.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	312,486	321,341	332,834	314,039	325,152
(-) Costos Variables	(59,434)	(61,118)	(63,304)	(59,730)	(61,843)
Margen de Contribución	253,052	260,222	269,530	254,309	263,309
(-) EBIT o Costos Fijos	(253,052)	(260,222)	(269,530)	(254,309)	(263,309)
Utilidad Operativa	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia.

Tabla 211

Estado de Resultados – Costeo Directo – Labial.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	207,890	213,578	220,961	203,854	210,993
(-) Costos Variables	(24,197)	(24,860)	(25,719)	(23,728)	(24,559)
Margen de Contribución	183,692	188,718	195,242	180,126	186,434
(-) EBIT o Costos Fijos	(183,692)	(188,718)	(195,242)	(180,126)	(186,434)
Utilidad Operativa	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia.

Tabla 212

Estado de Resultados – Costeo Directo – Rímel.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	151,284	155,350	160,628	146,523	151,627
(-) Costos Variables	(23,924)	(24,567)	(25,402)	(23,171)	(23,978)
Margen de Contribución	127,360	130,783	135,227	123,352	127,649
(-) EBIT o Costos Fijos	(127,360)	(130,783)	(135,227)	(123,352)	(127,649)
Utilidad Operativa	0	0	0	0	0

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.3. Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Se muestra una tabla con las cantidades en unidades a producir para cada uno de nuestros productos según el punto de equilibrio.

Tabla 213
Punto de Equilibrio (En Unidades).

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
KIT Besamu Beauty	3,007	3,095	3,209	3,095	3,206
Polvos Compactos	5,996	6,166	6,386	6,026	6,239
Labial	6,211	6,381	6,602	6,091	6,304
Rimel	5,363	5,507	5,694	5,194	5,375
Total	20,577	21,149	21,891	20,406	21,124

Nota: Elaboración propia.

9.2.2.4. Estimación y análisis del punto de equilibrio en soles.

Se muestra una tabla con las cantidades en soles a vender para cada uno de nuestros productos según el punto de equilibrio.

Tabla 214
Punto de Equilibrio (En Soles)

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
KIT Besamu Beauty	327,772	337,381	349,853	337,423	349,482
Polvos Compactos	312,486	321,341	332,834	314,039	325,152
Labial	207,890	213,578	220,961	203,854	210,993
Rimel	151,284	155,350	160,628	146,523	151,627
Total	999,432	1,027,649	1,064,276	1,001,838	1,037,254

Nota: Elaboración propia.

En esta tabla se muestra la comparativa entre las ventas proyectadas y las ventas de nuestro punto de equilibrio, mostrando que nuestras ventas proyectadas están por encima de la del punto de equilibrio.

Tabla 215
Ventas vs Punto de Equilibrio.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
KIT Besamu Beauty	99%	99%	99%	93%	93%
Polvos Compactos	93%	93%	94%	86%	86%
Labial	88%	88%	89%	79%	80%
Rimel	95%	94%	95%	84%	84%

Nota: Elaboración propia.

9.3. Análisis de sensibilidad y de riesgo.

9.3.1. Variables de entrada.

Para este análisis, utilizaremos las siguientes variables de entrada:

Tabla 216

Variables de Entrada.

Variable
Demanda
Precio
Costo Materia Prima
Costo de Mano de Obra
Costos Indirectos de Fabricación

Nota: Elaboración propia.

9.3.2. Variables de salida.

Nuestro análisis, nos mostrará las siguientes variables como salida o resultado:

Tabla 217

Variables de Salida.

Variable
VANE
TIRE

Nota: Elaboración propia.

9.3.3. Análisis unidimensional.

Tabla 218

Análisis de sensibilidad de Demanda – KIT Besamu Beauty.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda	3,049	3,140	3,234	3,331	3,431
	VANE				S/. 193,666
	TIRE				41.16%
	Porcentaje de disminución en la demanda				(14.50)%
Nueva Demanda	2,607	2,685	2,765	2,848	2,934
	Nuevo VANE				S/. 0
	Nuevo TIRE				18.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 219
Análisis de sensibilidad de Demanda – Polvos Compactos.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda	6,433	6,626	6,824	7,029	7,240
	VANE				S/. 193,666
	TIRE				41.16%
	Porcentaje de disminución en la demanda				(14.37)%
Nueva Demanda	5,508	5,673	5,844	6,019	6,199
	Nuevo VANE				S/. 0
	Nuevo TIRE				18.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 220
Análisis de sensibilidad de Demanda – Labial.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda	7,021	7,232	7,448	7,672	7,902
	VANE				S/. 193,666
	TIRE				41.16%
	Porcentaje de disminución en la demanda				(20.51)%
Nueva Demanda	5,581	5,749	5,921	6,099	6,282
	Nuevo VANE				S/. 0
	Nuevo TIRE				18.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 221
Análisis de sensibilidad de Demanda – Rímel.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda	5,674	5,844	6,019	6,200	6,386
	VANE				S/. 193,666
	TIRE				41.16%
	Porcentaje de disminución en la demanda				(30.11)%
Nueva Demanda	3,965	4,084	4,207	4,333	4,463
	Nuevo VANE				S/. 0
	Nuevo TIRE				18.00%

Nota: Elaboración propia.

Este análisis de la demanda nos indica las cantidades de producción que podríamos disminuir en nuestra demanda por cada producto, por ejemplo, la demanda del Kit puede bajar de 3,049 a 2,607 unidades, esto nos daría un VANE de 0 soles y un TIRE de 18%, por lo que el este producto aun seguiría siendo rentable. Entre nuestros productos, el que tiene una mayor sensibilidad en esta variable es el polvo compacto, ya que, a un menor cambio porcentual, sus valores cambian en mayor proporción.

Tabla 222
Análisis de sensibilidad - Variable Precio – Kit Besamu.

Concepto	Precio
Precio	109
VANE	S/. 193,666
TIRE	41.16%
Porcentaje de disminución del precio	(14.50)%
Nuevo Precio	93
Nuevo VANE	S/. 0
Nuevo TIRE	18.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 223
Análisis de sensibilidad - Variable Precio - Polvos Compactos.

Concepto	Precio
Precio	52
VANE	S/. 193,666
TIRE	41.16%
PORCENTAJE DE DISMINUCIÓN DEL PRECIO	(14.37)%
Nuevo Precio	45
NUEVO VANE	S/. 0
NUEVO TIRE	18.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 224
Análisis de sensibilidad - Variable Precio – Labial.

Concepto	Precio
Precio	33
VANE	S/. 193,666
TIRE	41.16%
Porcentaje de disminución del precio	(20.51)%
Nuevo Precio	27
Nuevo VANE	S/. 0
Nuevo TIRE	18.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 225
Análisis de sensibilidad - Variable Precio – Rímel.

Concepto	Precio
Precio	28
VANE	S/. 193,666
TIRE	41.16%
Porcentaje de disminución del precio	(30.11)%
Nuevo Precio	20
Nuevo VANE	S/. 0
Nuevo TIRE	18.00%

Nota: Elaboración propia.

Este análisis de precios nos indica hasta cuanto podríamos disminuir nuestros precios por cada producto, por ejemplo, el precio del Kit puede bajar de 109 a 93 soles, esto nos daría un VANE de 0 soles y un TIRE de 18%, por lo que el este producto aun seguiría siendo rentable. Entre nuestros productos, el que tiene una mayor sensibilidad en esta variable es el polvo compacto, ya que, a un menor cambio porcentual, sus valores cambian en mayor proporción.

Tabla 226
Análisis de sensibilidad – Costos Materia Prima.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Costo Materia Prima	(239,420)	(246,603)	(254,001)	(261,621)	(269,470)
					S/. 193,666
					41.16%
					23.75%
Nuevo Costo Materia Prima	(296,281)	(305,169)	(314,324)	(323,754)	(333,467)
					S/. 0
					18.00%

Nota: Elaboración propia.

Este análisis de los costos de Materia Prima, nos indica que podríamos aumentar dichos costos hasta en un 23.75% y aun seguiríamos siendo rentables.

Tabla 227
Análisis de sensibilidad - Costo MOD.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Costo MOD	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)
					S/. 193,666
					41.16%
					135.15%
Nuevo Costo MOD	(104,036)	(104,036)	(104,036)	(104,036)	(104,036)
					S/. 0
					18.00%

Nota: Elaboración propia.

Este análisis de los costos de Mano de Obra Directa, nos indica que podríamos aumentar dichos costos hasta en un 135.15% y aun seguiríamos siendo rentables.

Tabla 228
Análisis de sensibilidad - Costo CIF.

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
Costo CIF	(200,286)	(200,667)	(201,458)	(201,862)	(202,277)
VANE					S/. 193,666
TIRE					41.16%
Porcentaje de disminución en la demanda					29.73%
Nueva Costo CIF	(259,826)	(260,319)	(261,346)	(261,869)	(262,408)
Nuevo VANE					S/. 0
Nuevo TIRE					18.00%

Nota: Elaboración propia.

Este análisis de los costos de costo indirecto de fabricación, nos indica que podríamos aumentar dichos costos hasta en un 29.73% y aun seguiríamos siendo rentables.

9.3.4. Análisis multidimensional.

Tabla 229
Análisis multidimensional.

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda KIT Besamu Beauty	3,049	3,140	3,234	3,331	3,431
Demanda Polvos Compactos	6,433	6,626	6,824	7,029	7,240
Demanda Labial	7,021	7,232	7,448	7,672	7,902
Demanda Rimel	5,674	5,844	6,019	6,200	6,386
Precio KIT Besamu Beauty	109	109	109	109	109
Precio Polvos Compactos	52	52	52	52	52
Precio Labial	33	33	33	33	33
Precio Rimel	28	28	28	28	28
Costo Materia Prima	(239,420)	(246,603)	(254,001)	(261,621)	(269,470)
Costo MOD	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)	(44,243)
Costo CIF	(200,286)	(200,667)	(201,458)	(201,862)	(202,277)
VANE					S/. 193,666
TIRE					41.16%
Porcentaje de disminución					(2.84)%
Demanda KIT Besamu Beauty	2,962	3,051	3,142	3,237	3,334
Demanda Polvos Compactos	6,250	6,437	6,630	6,829	7,034
Demanda Labial	6,821	7,026	7,237	7,454	7,677
Demanda Rimel	5,512	5,678	5,848	6,023	6,204
Precio KIT Besamu Beauty	106	106	106	106	106
Precio Polvos Compactos	51	51	51	51	51
Precio Labial	33	33	33	33	33
Precio Rimel	27	27	27	27	27
Costo Materia Prima	(232,611)	(239,590)	(246,778)	(254,181)	(261,806)
Costo MOD	(42,984)	(42,984)	(42,984)	(42,984)	(42,984)
Costo CIF	(194,591)	(194,960)	(195,729)	(196,121)	(196,524)
Nuevo VANE					S/. 0
Nuevo TIRE					18.00%

Nota: Elaboración propia.

Tabla 230
Comparativo de escenarios.

Concepto	Escenario Pesimista	Escenario Normal	Escenario Optimista
VANE	0	193,666	373,978
TIRE	18.00%	41.16%	60.22%
Demanda Kit Besamu Beauty		Variación % en Unidades	
	(14.50)%	0%	14.50%
		Comparativo Unidades 1er año	
	2,607	3,049	3,491
Demanda Polvos Compactos		Variación % en Unidades	
	(14.37)%	0%	14.37%
		Comparativo Unidades 1er año	
	5,508	6,433	7,357
Demanda Labial		Variación % en Unidades	
	(20.51)%	0%	20.51%
		Comparativo Unidades 1er año	
	5,581	7,021	8,461
Demanda Rímel		Variación % en Unidades	
	(30.11)%	0%	30.11%
		Comparativo Unidades 1er año	
	3,965	5,674	6,496
Precio Kit Besamu Beauty		Variación % en Unidades	
	(14.50)%	0%	14.50%
		Comparativo Precio	
	93	109	125
Precio Polvos Compactos		Variación % en Unidades	
	(14.37)%	0%	14.37%
		Comparativo Precio	
	45	52	60
Precio Labial		Variación % en Unidades	
	(20.51)%	0%	20.51%
		Comparativo Precio	
	27	33	40
Precio Rímel		Variación % en Unidades	
	(30.11)%	0%	30.11%
		Comparativo Precio	
	20	28	37
Costo Materia Prima		Variación % en Unidades	
	23.75%	0%	(23.75)%
		Comparativo Precio	
	(296,281)	(239,420)	(182,560)
Costo MOD		Variación % en Unidades	
	135.15%	0%	(100.00)%
		Comparativo Precio	
	(104,036)	(44,243)	0
Costo CIF		Variación % en Unidades	
	29.73%	0%	(29.73)%
		Comparativo Precio	
	(259,826)	(200,286)	(140,747)

Nota: Elaboración propia.

Este análisis nos indica los posibles escenarios que tendríamos en nuestro proyecto. En el caso del escenario Pesimista, cuando aumentan nuestros costos y bajan nuestros precios y demanda, aún seguimos rentables ya que nuestro TIRE sigue siendo positivo.

9.3.5. Variables críticas del proyecto.

Como resultado de nuestro análisis, se detectó que nuestras variables más críticas, son el Precio y la demanda, ya que están vinculadas entre ellas, y el producto más sensible es el polvo compacto, ya que cualquier variación de estas demandas, provoca un cambio mayor en la rentabilidad del proyecto.

9.3.6. Perfil de riesgo.

Se ha logrado encontrar después de estos análisis, que nuestras variables críticas son de alta sensibilidad, ocasionando un alto riesgo en sus cambios, por lo que se recomienda no reducir los precios, ni disminuir nuestras demandas a más de lo indicado en su respectivo análisis, de llegar a esos escenarios, se recomendaría tomar otras alternativas como disminuir costos en mano de obra, o campañas de marketing para incrementar nuestra demanda.

Finalmente, el riesgo de que cambien estas variables es baja, ya que este es un mercado con tendencia creciente, por lo tanto, el riesgo de este proyecto es bajo ya que resulta muy rentable.

Conclusiones

Con respecto al proyecto:

Requiere un monto de inversión de los accionistas de S/. 246,970 y una deuda de S/. 85,000 para el activo fijo financiado por el ScotiaBank, que representan el 74.40 % y el 25.60 % del financiamiento respectivamente.

El proyecto es rentable económica y financieramente al obtener los siguientes indicadores: un VANE S/193,666 y VANF S/188,139, un TIRE 41.16 % y TIRF 46.97% superior al WACC (18.00%) y al COK (19.31%).

El periodo de recuperación sería de 2 años con 10 meses para los flujos económicos y financieros respectivamente, lo que nos hace atractivos ante los ojos de otros accionistas que deseen invertir en nuestro proyecto.

Ya que somos una nueva empresa con un concepto nuevo con respeto a los materiales que utilizemos en nuestros procesos de producción todos con beneficios altamente favorables para el cuidado de la piel y su regeneración.

Si bien nuestro producto es innovador, tenemos un poder de negociación con los clientes bajo, ya que en el mercado existen otras marcas que ofrecen cosméticos, pero nuestra ventaja es que somos amigables con el medio ambiente a diferencia de ellos.

En relación a la negociación con los proveedores tenemos un alto poder de negociación, ya que nuestros insumos se pueden encontrar fácilmente en el mercado.

Recomendaciones

- Lograr alianzas estratégicas con empresas relacionadas con productos naturales.
- Aumentar la variedad de tonalidades de los cosméticos.
- Ingresar a nuevos mercados en otras ciudades importantes en el país.
- Encontrar nuevos canales de distribución.
- Iniciar redes comerciales a través de las ventas por catálogo mediante consultoras de belleza.

Bibliografía

- Acuerdos Comerciales. (2012, 26 de junio). *Cronograma de eliminación arancelaria de Perú para mercancías originarias de la Unión Europea*. Recuperado de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/union_europea/importar_e_xportar_2012_06/Anexo_I_AP1_SecC_es.pdf
- Agroselect Perú. (2019). Nuestros Productos [agroselectperu.com]. Recuperado de <https://agroselectperu.com/#portfolio>
- Ainia. (2016). Diseño higiénicamente [ainia.es]. Recuperado de <https://www.ainia.es/sectores-industriales/cosmetica/disenio-higienico-instalaciones-equipos/>
- Ainia. (2017). Productos Naturales [ainia.es]. Recuperado de <https://www.ainia.es/soluciones-tecnologicas/mejora-desarrollo-productos/productos-naturales-etiqueta-limpia/>
- Ainia. (2018). Mercado y consumidor [ainia.es]. Recuperado de <https://www.ainia.es/apoyo-innovacion/estudios-consumidor/mercado-consumidor-preferencias-producto/>
- Cámara de Comercio de Lima. (2014). Barreras que frenan el desarrollo empresarial. *La Cámara*, (638). Recuperado de <https://www.camaralima.org.pe/RepositorioAPS/0/0/par/EDICION638/Edici%C3%B3n%20638%20digital.pdf>
- Cámara de Comercio de Lima. (2018). *El sector cosmético e higiene crecerá entre 6% y 8% para el 2018. La Cámara*, (819). Recuperado de https://www.camaralima.org.pe/RepositorioAPS/0/0/par/EDICION819/EDICION_819.pdf
- Canal N. (2018, 02 de julio). El primer semestre 2018 la inflación en Perú. Recuperado de <https://canaln.pe/actualidad/inei-inflacion-peru-fue-035-junio-y-108-primer-semestre-n328409>
- Cámara de Comercio de Lima. (2016). Sector cosmético e higiene movería más de S/22.400 millones entre el 2017 y 2019. *La Cámara*, (721). Recuperado de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r721_1/copecoh_721.pdf
- Comunidad Andina. (2012). *Productos cosméticos*. Recuperado de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=145&tipo=TE>
- Córdova, M. (2012). *Gestión Financiera* (1ª. ed.). Bogotá: Eco ediciones.

- Correo. (2018, 25 de abril). Ingreso mensual per cápita es 962 soles. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/economia/ingreso-mensual-capita-es-962-soles-segun-cifras-del-inei-815292/>
- CPI. (2017, agosto). *Perú: Población 2017. Market Report*. Recuperado de http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf
- CPI. (2018, abril). *Perú Población 2018. Market Report*. Recuperado de http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201805.pdf
- Decreto Supremo No. 071-2017-PCM. Aprueba disposiciones que regulan la implementación de la modalidad de publicación en la Gaceta Electrónica del Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, referida en el artículo 6 del Decreto Legislativo No 1212, Decreto Legislativo que refuerza las facultades sobre la eliminación de barreras burocráticas para el fomento de la competitividad. (2017). En diario oficial El Peruano 14124.08. Perú .
- Decreto Supremo No. 181-2019-EF. Impuesto general a las ventas y selectivo al consumo. (2019). En Diario Oficial El Peruano 14976.13. Perú.
- Digemid. (2010). Cosméticos y productos sanitarios [digemid.minsa.gob.pe]. Recuperado de <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?seccion=469>
- Digemid. (2017). Importación de cosméticos [digemid.minsa.gob.pe]. Recuperado de <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=852>
- Digemid. (2018). *Formato de autorización sanitaria*. Recuperado de http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/DAS/Establecimientos/Formatos/FORMATO_A-1.pdf
- Digemid. (2019). Unidad Funcional de Productos Sanitarios [digemid.minsa.gob.pe]. Recuperado de <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?seccion=469>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia* (1ª ed.). Buenos Aires: Granica.
- El Comercio. (2015, 18 de setiembre). Países que más gastan en maquillaje en el mundo. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/mundo/son-paises-gastan-maquillaje-mundo-387445>
- El Comercio. (2015, 29 de junio). Perú apuesta por la cosmética en base a productos naturales. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/peru-apuesta-cosmetica-base-productos-naturales-169363-noticia/>
- Empresas Nobex. (2019). Nobex Agrícola [agronobex.com]. Recuperado de <http://www.agronobex.com/php/agricola.php>

- El Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018, 18 de enero). *Lima alberga 9 millones 320 mil habitantes al 2018*. Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/lima-alberga-9-millones-320-mil-habitantes-al-2018-10521>
- El Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s.f.). Estimaciones y proyección de población. [inei.com.pe]. Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/Cap03020.xls>
- Gestión. (2017, 31 de octubre). ¿Cuánto gastan las mujeres peruanas en cosméticos al año? Recuperado de <https://gestion.pe/economia/gastan-mujeres-peruanas-cosmeticos-ano-148937>
- Gestión. (2018, 13 de febrero). Superávit de balanza comercial de Perú aumentaría a US\$ 7,700 millones en el 2018. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/superavit-balanza-comercial-peru-aumentaria-us-7-700-millones-2018-227128>
- Gobierno del Perú. (2018, 04 de abril). Valor de la remuneración mínima vital [gob.pe]. Recuperado de <https://www.gob.pe/476-valor-remuneracion-minima-vital>
- Gobierno del Perú. (2018, 17 de setiembre). Constitución política del Perú 1993 [gob.pe]. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/informes-publicaciones/196158-constitucion-politica-del-peru>
- Guzmán, J. (2018, 25 de junio). Población Económicamente Activa del Perú se incrementó de 57% a 62% en últimos 10 años. *Andina*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-poblacion-economicamente-activa-del-peru-se-incremento-57-a-62-ultimos-10-anos-714570.aspx>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2011, setiembre). *Guía informativa de productos cosméticos*. Recuperado de <https://www.indecopi.gov.pe/documents/20182/143803/cosmeticoss.pdf>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2018). *Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial*. Recuperado de <http://servicio.indecopi.gov.pe/gaceta/>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2017, 4 de julio). *Presentación de la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial que prescinde de pago y publicación de solicitudes*. Recuperado de https://www.indecopi.gov.pe/noticias/-/asset_publisher/E4hIS8IHZWs9/content/el-indecopi-presenta-la-gaceta-electronica-de-propiedad-industrial-que-prescinde-de-pago-y-publicacion-de-solicitudes-en-el-peruano?inheritRedirect=false

- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2018). *Registros de marcas y patentes*. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- Jiménez, A. (2015, 26 de octubre). Las 10 marcas de belleza que más venden en el mundo. *Merca 2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/las-10-marcas-de-belleza-que-mas-venden-en-el-mundo/>
- Ley No. 26842 Ley General de Salud. (1997). En Diario Oficial El Peruano 10017.35. Perú.
- Ley No. 29459 Ley de los Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios. (2009). En Diario Oficial El Peruano 4065.65. Perú.
- Ley No. 29571 Código de protección y defensa del consumidor. (2010). En diario Oficial El Peruano 7249.5. Perú.
- Ley No. 30354. Ley que modifica la ley general de sociedades. (2015). En diario Oficial El Peruano 13452.04. Perú
- López, A. (2015, 18 de setiembre). Países con más gastos en maquillaje en el mundo. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/mundo/son-paises-gastan-maquillaje-mundo-387445>
- Mapcal S.A. (1990). *El marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018, 15 de agosto). *PBI creció en primer semestre del 2018 a su tasa más alta registrada en los últimos nueve semestres*. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5741>
- Mi Propia Empresa. (2018). *Trámites para ingreso de productos cosméticos*. Recuperado de <https://www.mep.pe/recursos/ideas/importacion/TRAMITEDIGEMIDPARAREGISTROSSANITARIOS.pdf>
- Namaskar. (2019). Cacao nibs & powder [agrilatin.com]. Recuperado de <http://es.agrilatin.com/Product/ProductDetails/20/Cacao-nibs-powder>
- Observatory of economic complexity. (2018). Perfumería y cosmética Trade [oec.world]. Recuperado de <https://oec.world/es/profile/sitc/5530/>
- Pérez F. (2016). *Manual Marketing y plan de negocio de la Microempresa*. Madrid: Editorial CEP S.L.
- Perú 21. (2019, 07 de marzo). Sector cosmético e higiene personal crecería en 2019 hasta 6% al sumar S/7,851 millones. Recuperado de

<https://peru21.pe/economia/sector-cosmetico-e-higiene-personal-creceria-2019-6-sumar-s-7-851-millones-nndc-464275>

Registro de Marca. (2018). Pasos para registrar tu marca. [registrodemarca.com.pe]. Recuperado de https://registrodemarca.com.pe/registrar-marca?gclid=Cj0KCQjwidPcBRCGARIsALM--eNM9mCR0okkao2OOd4LN_BI6li3flnhjSUBQIGdRZ3XIV5nqREo2mQaAqgpEALw_wcB

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2018). Tasa para la determinación del impuesto a la renta anual. [sunat.gob.pe]. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-general-del-impuesto-a-la-renta-empresas/calculo-anual-del-impuesto-a-la-renta-empresas/2900-03-tasas-para-la-determinacion-del-impuesto-a-la-renta-anual>

Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (2018). Partidas registrales en línea. [enlinea.sunarp.gob.pe]. Recuperado de <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/ingreso.faces>

Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (2018). *Requisitos para el cumplimiento del procedimiento registral para el ciudadano*. Recuperado de https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf

Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (2018). *Tipos de personas jurídicas (Empresas)*. Recuperado de <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/informa.htm?method=goConstEmp>

Anexos

Anexo 1: Formulario de encuesta

Encuesta Kit de Belleza "Besamu Beauty"

La obtención de estos datos es estrictamente académica, los mismos que serán utilizados para la sustentación de un trabajo empresarial en la Universidad San Ignacio de Loyola. Agradecemos su tiempo y apoyo.

*Obligatorio



1.- ¿Qué edad tiene Ud.? *

- Entre 17 a 25 años
- Entre 26 a 30 años
- Entre 31 a 35 años
- Entre 36 a 40 años
- Entre 41 a 50 años
- Otro

2.- ¿En qué distrito vive? *

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

3.- ¿Cuál es el rango de tus ingresos mensuales? *

- De S/. 2,001 - S/ 3,000
- De S/. 3,001 - S/ 4,000
- De S/. 4,001 - S/ 5,000
- De S/. 5,001 - S/ 6,000
- De S/. 6,001 - S/ 7,000
- De S/. 7,001 - a más

4.- ¿Sueles usar maquillaje? *

- Sí
- No

5.- ¿Con que frecuencia compras maquillaje? *

	No compro	Quincenal	Mensual	Bimestral	Trimestral	Semestral	Otros
Labial	<input type="radio"/>						
Rimel	<input type="radio"/>						
Polvos compactos	<input type="radio"/>						
Gloss	<input type="radio"/>						
Base de Maquillaje	<input type="radio"/>						

6.- ¿Cuánto sueles gastar en maquillaje? *

	S/. 0	De S/. 61 a S/. 80	De S/. 81 a S/. 100	De S/. 101 a S/. 120	De S/. 121 a S/. 140	De S/. 121 a más
Labial	<input type="radio"/>					
Polvos Compactos	<input type="radio"/>					
Rimel	<input type="radio"/>					
Gloss	<input type="radio"/>					
Base	<input type="radio"/>					

7.- ¿Donde compra usualmente su maquillaje?

- Farmacias
- Supermercados
- Tiendas por departamento
- Catálogo
- Internet
- Ferias naturales
- Otros

8.- ¿A la hora de comprar que es lo primero que tienes en cuenta?

- Marca
- Precio
- Beneficios
- Calidad
- Ingredientes

9.- ¿Qué marca de maquillaje compras? *

- Mac
- Maybelline
- L'oreal
- Nyx
- Productos por catalogo (Avon, Natura, Ésika, L'bel)

10.- ¿Estaría dispuesta a probar una nueva marca de maquillaje?

*

- Si
- No

11.- ¿Sueles comprar productos a base de insumos 100% naturales? *

- Si
- No

Besamu Beauty es un kit natural de cosméticos (Labial, rimel y polvos compactos) para la mujer, hecho a base de ingredientes 100% naturales como la sábila, maicena, aceite de oliva entre otros. Contribuye con la salud de las mujeres y no maltrata la piel al no usar químicos ni derivados del petróleo.

12.- ¿Compraría Besamu Beauty (Kit de cosméticos naturales)? *

- Si
- No

13.- ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el kit de Besamu Beauty que contiene Labial, Rimel y Polvos Compactos, con 8 una presentación elegante? *

- De S/. 50 a S/. 100
- De S/. 101 a S/. 150
- De S/. 151 a S/. 200
- De S/. 201 a S/. 250
- De S/. 251 a más

14.- ¿Qué presentación del estuche preferiría? *

- Corcho (Natural)
- Plastico
- Cartón
- Tela

15.- ¿Con que frecuencia compraría Besamu Beauty? *

- Quincenal
- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Semestral
- Otros

16.- ¿Dónde le gustaría comprar Besamu Beauty? *

- Farmacias
- Supermercados
- Tiendas por departamento
- Catálogo
- Internet
- Salones de Belleza

17.- ¿Por qué medio de comunicación desearía saber de nosotros? *

- Radio
- Televisión
- Redes Sociales
- Correo
- Paneles Publicitarios
- Revistas de moda
- Periódico
- Propagandas Locales de Venta

Anexo 2: Planificación y diseño del cuestionario para el Focus Group

Dirigido	<ul style="list-style-type: none"> Mujeres de 18 a 55 años NSE Ay B, Zonas 6 y 7
Presentación	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del moderador y el motivo de la reunión. Presentación de las participantes Información de como se llevará a cabo la entrevista. El moderador propiciará un clima de confianza, para que los participantes puedan opinar libremente y obtener datos veraces.
Aspectos Generales del los cosméticos	<ul style="list-style-type: none"> Cuan necesario son los cosméticos Gustan usarlos Problemas con el uso de cosméticos tradicionales
Habitos de consumo y compra	<ul style="list-style-type: none"> Que tipos de cosméticos usan Frecuencia de uso Cada cuanto tiempo compran cosméticos Cantidad y tiempo de uso Marcas preferidas Donde adquieren los cosmeticos
Observación y evaluación de los cosméticos Besamu y el KIT	<ul style="list-style-type: none"> Opinion del logo y nombre Opinion del KIT y la presentación de los cosméticos Opinion de los ingredientes y composición Bondades y beneficios de los ingredientes y su uso Sugerencia, comentarios y recomendaciones

Anexo 3: Planificación y diseño del cuestionario para el entrevista al Especialista 1

Dirigido	<ul style="list-style-type: none"> Químico o Ing. Químico
Datos del Especialista	<ul style="list-style-type: none"> Nombre Profesión Experiencia
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> Impacto de la cosmetica tradicional en el medio ambiente Sugerencias en la producción de cosméticos con insumos naturales Ingredientes sugeridos Formulación Preparación
Observaciones y sugerencias	<ul style="list-style-type: none"> Sobre los envases Sobre el estuche

Anexo 4: Planificación y diseño del cuestionario para el entrevista al Especialista 2

Dirigido	<ul style="list-style-type: none"> Dermatologo
Datos del Especialista	<ul style="list-style-type: none"> Nombre Profesión Experiencia
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> Saber cómo la cosmética tradicional ha repercutido en la piel de las mujeres en los últimos años. Conocer la valoración acerca de la nueva propuesta de cosméticos con insumos naturales. Reacciones alérgicas Tipos de piel Propiedades y bondades de los ingredientes
Observaciones y sugerencias	<ul style="list-style-type: none"> Sobre ingredientes Sobre registros, certificaciones y permisos

Anexo 5: Solicitud de Registro de Marca de Producto



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. **DATOS DEL SOLICITANTE** N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas RUC <input type="checkbox"/>
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito: Referencias de domicilio:	Provincia:
Departamento:	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular

2. **INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):**
 (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. **PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)**

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

4. **PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):**

<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

5. **INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (Llenar sólo de ser el caso):**

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
 Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
 E-mail: asesoriavirtualsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)</p> <p>Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>						
<p>6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="351 884 446 907">Clase</th> <th data-bbox="446 884 1251 929">Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi))</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>			Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi))				
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi))							

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

Anexo 6: Solicitud de Registro de Nombre Comercial



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

1. DATOS DEL SOLICITANTE

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____			
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección:			
Distrito:	Provincia:	Departamento:	
Referencias de domicilio:			
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.		Número de teléfono fijo y/o celular	

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/>	Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/>	Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/>	Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800

E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-05/03

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)</p> <p>Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>						
<p>6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Clase</th> <th>Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)						
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)							
<p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>								

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

Anexo 7: Solicitud de Licencia Municipal de Funcionamiento

ANEXO 03

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <small>LEY Nº 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias Versión 02</small>	N° de expediente:	
		Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	
		Fecha de pago:	

VER INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO (Página 2)

I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)												
Licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal <small>Indicar el plazo</small> <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario <small>Tipo de anuncio (especificar)</small> <input type="checkbox"/> Licencia para cesionario <input type="checkbox"/> Licencias para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales		Cambios o modificaciones <input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III) <small>N° de licencia de funcionamiento</small> <input type="checkbox"/> Indicar nueva denominación o nombre comercial <input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II, III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) <small>N° de licencia de funcionamiento</small>		Otros <input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III) <small>N° de licencia de funcionamiento</small> <input type="checkbox"/> Otros (especificar)								
II DATOS DEL SOLICITANTE												
Apellidos y Nombres/ Razón social												
N° DNI/ N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Correo electrónico									
Dirección												
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz/Lt./Otros	Urb./ AA.HH./Otros	Distrito y Provincia									
III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO												
Apellidos y Nombres		N° DNI/ N° C.E.	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)									
IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO												
Nombre comercial												
Código CIU *	Giro/s*	Actividad	Zonificación									
Dirección												
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz/Lt./Otros	Urb./ AA.HH./Otros	Provincia									
Autorización Sectorial (de corresponder)												
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización									
Área total solicitada (m ²)	Croquis de ubicación											
	<table border="1" style="width: 100%; height: 100px;"> <tr> <td style="width: 33%; height: 30px;"> </td> <td style="width: 33%; height: 30px;"> </td> <td style="width: 33%; height: 30px;"> </td> </tr> <tr> <td style="height: 30px;"> </td> <td style="height: 30px;"> </td> <td style="height: 30px;"> </td> </tr> <tr> <td style="height: 30px;"> </td> <td style="height: 30px;"> </td> <td style="height: 30px;"> </td> </tr> </table>											

* Esta información es llenada por el representante de la municipalidad.

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <i>LEY Nº 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias Versión 02</i>	N° de expediente:	
		Página: 2 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	
		Fecha de pago:	

V DECLARACIÓN JURADA	
Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR CON X)	
Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento).	
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.	
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.	
Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).	
Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.	

Observaciones o comentarios del solicitante:

Fecha:

Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado

DNI:

Nombres y Apellidos:

VI CLASIFICACIÓN DEL NIVEL DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad) *			
<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo bajo	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto
Firma y sello del calificador municipal			
Nombres y Apellidos:			

* Esta información debe ser llenada por el calificador designado por la municipalidad, de acuerdo con los anexos 2 y 3 del Manual de Ejecución de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones.

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO
<p>Sección I: Marcar con una "X" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completar las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completar las secciones I, II y III.</p> <p>Nota: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo Nº 011-2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento". Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cajero corresponsal sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.</p> <p>Sección II: En caso de persona natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.</p> <p>Sección III: En caso de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el poderdante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).</p> <p>Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Código CIU" y "Giro/s" son completados por el representante de la municipalidad. Para aquellas actividades que, conforme al D.S. N° 006-2013-PCM, requieran autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial. Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento. Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.</p> <p>Sección V: De corresponder, marcar con una X.</p> <p>Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.</p>

Anexo 8: Solicitud de Defensa Civil

DECLARACION JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (Ley N° 28976)			
Local.....ubicado en			
El propietario y/o conductor del local declara bajo juramento lo siguiente :		SI	NO CORRESPONDE
1.0 ARQUITECTURA			
1.1	El Ingreso/salida del local presenta un ancho libre mínimo de 0,90m., la puerta no abre directamente sobre un desnivel y las vías de evacuación se encuentran libres de obstáculos, vidrios o espejos		
2.0 ESTRUCTURAS			
2.1	El local no presenta severo deterioro en paredes, columnas, techos y vigas		
2.2	El falso techo esta fijo y no es de material inflamable		
3.0 INSTALACIONES ELECTRICAS			
3.1	El tablero eléctrico tiene es de material no combustible (metal o resina), tiene interruptores termomagnéticos /ITM's) identificados y no utiliza llaves cuchilla		
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de Julio del 2006)		
3.3	No se utiliza cables mellizo en instalaciones fijas. El cableado eléctrico se encuentra protegido mediante canaleta o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa		
3.4	Los tomacorrientes tienen conexión de puesta a tierra en baños, cocina y para equipos con enchufe de tres espigas. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples.		
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lampara, etc.) no presentan conexiones expuestas. Si cuenta con luces de emergencia y estas se encuentran operativas.		
3.6	Tienen pozo de puesta a tierra y certificado de medición de la resistencia (menor o igual a 25 ohmios)		
3.7	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica tienen cableado adecuado y cuentan con conexión a tierra.		
4.0 SEGURIDAD Y PROTECCION CONTRA INCENDIO			
4.1	El local cuenta con señales de seguridad (salida, riesgo eléctrico y extintores)		
4.2	El local cuenta al menos con un extintor de polvo químico seco de 06 kg, o un extintor por cada 25 m2 de área. Los extintores estan operativos y con carga vigente.		
4.3	Los materiales y/o productos , estan almacenados en forma segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías de evacuacion.		
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 kg, tienen tuberías de cobre y estan alejados de interruptores y toma corrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.		
4.5	Las campanas y ductos de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa.		
Solicitante(proprietario o representante):..... Firma.....			
Recibido:..... Firma:.....			
Fecha y hora:.....			

La falsedad de la información, sera sancionada como delito contra la fe pública, tipificado en el Titulo XIX del Código Penal.

Anexo 9: Solicitud de NSO (Notificación Sanitaria Obligatoria) DIGEMID

FORMATO ÚNICO (FNSOC-001)



PERÚ

Ministerio
de Salud

Dirección General
de Medicamentos, Insumos y Drogas

DECISIÓN 516 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS COSMÉTICOS

<input type="checkbox"/>	Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO)
<input type="checkbox"/>	Solicitud de Renovación del código de identificación de la NSO
<input type="checkbox"/>	Solicitud de Reconocimiento del código de identificación de la NSO
<input type="checkbox"/>	Información de Cambios

I. DATOS DEL <input type="checkbox"/> TITULAR <input type="checkbox"/> RESPONSABLE DE LA COMERCIALIZACIÓN	
<i>Artículo 7, numeral 1, literales a) y d) de la Decisión 516, Artículo 21 de la Resolución 797</i>	
Nombre o razón social:	
Domicilio o dirección:	Ciudad / Distrito / Provincia / Departamento:
País:	Teléfono:
Fax:	E-mail:
Nombre del: Representante Legal <input type="checkbox"/> Apoderado <input type="checkbox"/>	
Teléfono:	E-mail:
Nombre del: Responsable Técnico (Químico Farmacéutico)	
Teléfono:	Fax:
E-mail:	
II. DATOS DEL FABRICANTE O FABRICANTES	
<i>Artículo 7, numeral 1, literal d) de la Decisión 516 y Artículo 21 de la Resolución 797 (Para notificación, solicitud de renovación y reconocimiento)</i>	
Nombre o razón social:	

Domicilio o dirección:	Ciudad / Distrito / Provincia / Departamento:
País:	Teléfono:
Fax:	E-mail:
En el caso de maquila: Nombre del: Envasador <input type="checkbox"/> _____ Empacador <input type="checkbox"/> _____ Acondicionador <input type="checkbox"/> _____ Fabricado para: _____	
III. DATOS GENERALES DEL PRODUCTO	
<i>Artículo 7, numeral 1, literales b) y c), Artículos 10, 11 y 23 de la Decisión 516</i>	
Nombre del producto:	
Forma Cosmética:	Grupo cosmético: (Tonos o variedades)
Marca(s):	
<i>(Incluir en caso de solicitud de renovación, reconocimiento e información de cambios)</i>	Código de identificación de la NSO
	Número de Expediente
<i>(Incluir en caso de solicitud de reconocimiento)</i>	Vigencia del Código de identificación de la NSO
	País que emitió el Código de identificación de la NSO
IV. INFORMACIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO	
<i>Artículo 7, numeral 2, literales f), g), h), i), j), k), l), m) y Artículo 23 de la Decisión 516</i>	
<i>Adjuntar para notificación, solicitud de renovación y de reconocimiento</i>	
1. Fórmula cualitativa básica y secundaria en nomenclatura INCI.	
2. Fórmula cuantitativa para sustancias de uso restringido y activos con parámetros establecidos en nomenclatura INCI.	
3. Especificaciones organolépticas y fisicoquímicas del producto terminado.	
4. Especificaciones microbiológicas, cuando corresponda.	
5. Instrucciones de uso del producto, cuando corresponda.	
<i>Adjuntar para notificación y solicitud de renovación</i>	
6. Justificación de las bondades y proclamas cuando represente problemas para la salud.	
7. Proyecto de arte de etiqueta o rotulado (especificar los contenidos netos a comercializar).	
8. Material del envase primario.	

V. INFORMACIÓN DE CAMBIOS

Artículos 11, 12 y 14 de la Decisión 516

--

VI. DOCUMENTACIÓN QUE SE ANEXA

A ser presentada por el interesado		A ser llenado por la Autoridad Sanitaria Nacional Competente	
Documentación	Folios	Cumple	No cumple
<i>Anexar para notificación, solicitud de renovación y de reconocimiento e información de cambios</i>			
1.	Documento que respalde la representación legal o la condición de apoderado según la normativa nacional vigente.	DEL.....AL.....FOLIO	
<i>Anexar para notificación, solicitud de renovación y de reconocimiento</i>			
2.	Solicitud totalmente diligenciada y firmada por los responsables.	DEL.....AL.....FOLIO	
3.	Declaración del fabricante en caso de maquila.	DEL.....AL.....FOLIO	
4.	Fórmula cualitativa, en nomenclatura INCI.	DEL.....AL.....FOLIO	
5.	Fórmula cuantitativa, en nomenclatura INCI, (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO	
6.	Especificaciones organolépticas y fisicoquímicas del producto terminado.	DEL.....AL.....FOLIO	
7.	Especificaciones microbiológicas (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO	
8.	Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO	
<i>Anexar para notificación y solicitud de renovación</i>			
9.	Autorización del fabricante al responsable de la comercialización en la que deberá indicarse nombre, dirección, teléfono, fax, país, e-mail del responsable o de los responsables de la comercialización, si fuera el caso.	DEL.....AL.....FOLIO	
10.	Certificado de Libre Venta - CLV (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO	
11.	Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado (especificar los contenidos netos a comercializar).	DEL.....AL.....FOLIO	

A ser presentada por el interesado		A ser llenado por la Autoridad Sanitaria Nacional Competente		
Documentación		Folios	Cumple	No cumple
12.	Justificación de las bondades y proclamas de carácter cosmético, cuya no veracidad pueda representar un problema para la salud.	DEL.....AL.....FOLIO		
<i>Anexar para solicitud de reconocimiento</i>				
13.	Instrucciones de uso del producto, (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO		
14.	Copia de la Notificación Sanitaria Obligatoria, certificada por la Autoridad Nacional Competente del primer País Miembro de comercialización.	DEL.....AL.....FOLIO		
<i>Anexar sólo para información de cambios, según corresponda</i>				
15.	Modificación / cambio / incorporación de fabricante (<i>Dentro o fuera de los Países Miembros de la CAN</i>) <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	G. Copia de nuevo contrato de fabricación u otro documento que acredite el cambio; y/o En caso de terceros países adicionalmente el CLV o una autorización similar emitida por la Autoridad Competente del país de origen; y/o En caso de maquila, la declaración del fabricante.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado con la incorporación del nuevo fabricante.	DEL.....AL.....FOLIO		
	C. Documento que respalde la existencia y representación legal del nuevo fabricante, (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO		
	d. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
16.	Modificación / cambio de razón social del titular de la NSO o del fabricante <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	G. Documento que acredite el cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado con la razón social modificada.	DEL.....AL.....FOLIO		
	C. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
17.	Modificación / cambio de información contenida en el rotulado <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	G. Justificación en caso de cambio de bondades y proclamas	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Proyecto de etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	C. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		

A ser presentada por el interesado		A ser llenado por la Autoridad Sanitaria Nacional Competente		
Documentación		Folios	Cumple	No cumple
18.	Modificación / cambio de material de envase <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Declarar el material del envase.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
19.	Modificación / cambio de nombre de un producto cosmético (Dentro o fuera de los Países Miembros de la CAN) <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Proyecto de arte de la etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Declaración del fabricante o titular del nuevo nombre.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. En caso de terceros países: cuando se produce el cambio del nombre se deberá presentar el CLV en el que conste el cambio efectuado o autorización similar emitida por la Autoridad Competente; en caso que el cambio ocurra en un País Miembro, deberá presentar la autorización del fabricante; en caso de maquila sólo se requiere la declaración del titular.	DEL.....AL.....FOLIO		
	d. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
20.	Modificación / cambio de marca <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Proyecto de arte de la etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. En caso de terceros países: cuando se produce el cambio de la marca se deberá presentar el CLV en el que conste el cambio efectuado o autorización similar emitida por la Autoridad Competente.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
21.	Modificación / cambio de titular <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Documento que respalde la existencia y representación legal del nuevo titular.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Declaración del fabricante para el nuevo titular en el caso de subcontratación o maquila.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
22.	Modificación / cambio de componentes secundarios en la fórmula de productos cosméticos <i>Artículo 12 de la Decisión 516</i>			

A ser presentada por el interesado		A ser llenado por la Autoridad Sanitaria Nacional Competente		
Documentación		Folios	Cumple	No cumple
	C. Justificación del cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	D. Fórmula señalando el cambio, con la concentración de uso, (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO		
	C. Declaración del fabricante o del titular, cuando se trate de maquila, señalando dicho cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	D. Nuevas especificaciones técnicas del producto terminado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	E. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	f. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
23.	Ampliación de la NSO (inclusión / cambios de nuevos tonos y variedades en fragancias y sabores) <i>Artículos 7 y 14 de la Decisión 516 (El interesado deberá presentar la información del artículo 7, excepto los literales j, l y m)</i>			
	C. Fórmulas señalando el cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	D. Proyecto de etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	C. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		

VII. CERTIFICACION DE LA INFORMACION TECNICA DEL PRODUCTO

Yo, _____, identificado con (DNI) _____, actuando en mi condición de químico farmacéutico titulado y con registro profesional No. _____ de Perú certifico técnicamente que el producto cosmético descrito no perjudica la salud humana, siempre que se apliquen las condiciones normales o razonablemente previsibles de uso.

FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (QUÍMICO FARMACÉUTICO)

Nombre completo:

Número de Registro o Colegiatura Profesional:

VIII. DECLARACION JURADA.

Yo, _____, identificado con _____, actuando en condición de Representante legal o Apoderado, declaro bajo la gravedad de juramento, que el presente documento y la información suministrada adjunta son auténticos y veraces, y cumplen con todos los requisitos establecidos por la Decisión 516 de Comisión de la Comunidad Andina y la Resolución 797 de la Secretaría General de la Comunidad Andina. Asimismo, declaro que la comercialización será posterior a la presentación del presente documento cumpliendo estrictamente con las especificaciones de calidad definidas para el producto.

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Nombre completo:

Número de identificación (DNI):

Lugar y fecha,

Anexo 10: Acta de Inspección para establecimientos de fabricación de cosméticos.

MINISTERIO DE SALUD DIGEMID

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

ACTA DE INSPECCIÓN PARA ESTABLECIMIENTOS DE FABRICACIÓN DE COSMÉTICOS N° - I - 201...

En Lima, siendo las horas del día del mes de de, los que suscriben Inspectores de la **Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas – DIGEMID**, se constituyeron en el local de la empresa con el fin de efectuar la inspección:

1. PARTICIPANTES EN LA INSPECCION:

FUNCIONARIOS DIGEMID: _____

FUNCIONARIOS DE ENTIDADES ACREDITADAS: _____

FUNCIONARIOS DE LA EMPRESA: _____

1.1 TIPOS DE INSPECCION

Completa:
Certificación _____ Reglamentaria _____ Autorización de Funcionamiento _____
Seguimiento _____ Especial _____ Otros _____

Parcial por:
Ampliación: _____
Verificación: _____
Proceso: _____

2. GENERALIDADES

2.1. DIRECCION : _____

2.2. CIUDAD : _____ TELÉFONO: _____

2.3. REPRESENTANTE LEGAL : _____

2.4. DIRECTOR TÉCNICO : _____

TITULO: _____ N° C.Q.F.P. _____

Expedido por: _____

Fecha: _____

2.5. Químico Farmacéutico Responsable de Producción: _____

TITULO: _____ N° C.Q.F.P. _____

Expedido por: _____

Fecha: _____

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

2.6. Profesional responsable de Garantía de la Calidad/ Control de Calidad:

TITULO: _____ Nº C.Q.F.P. _____

Expedido por: _____

Fecha: _____

2.7 R.U.C (Anexar copia): _____

2.8 DOCUMENTOS (anexar listado o verificar)

- a) Organigrama General y Organigrama de la planta : _____
- b) Plano de edificación de la planta y distribución de áreas: _____
- c) Certificado de Saneamiento ambiental : _____
- d) Resolución Directoral de autorización de funcionamiento, autorización sanitaria o registro de empresa: _____
- e) Informe de la producción anual por forma cosmética de acuerdo a su capacidad instalada

- f) Relación de productos que fabrican con su respectivo Registro Sanitario. _____
- g) Relación de empresas a las que prestan servicios de manufactura _____
- h) Línea de producción _____
- i) Diagrama de flujo de la producción de acuerdo a las formas cosméticas _____
- j) Relación de equipos y maquinas claves en producción _____
- k) Relación de equipos para ensayos fisico-químicos y microbiológicos _____
- l) Relación de equipos para controles de proceso y materiales de empaque _____
- ll) Verificar lista de procedimientos estándar de operación _____

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
3	CLASIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL			
3.1	Adquisición de materia prima:			
	- Compra local?			Informativo
	- Es importador?			Informativo
	- Producto terminados?			
	- Se encuentran disponibles los certificados de análisis?			Informativo
3.2	Es importador:			
	- Productos terminado?			
	- Producto en granel?			
	- Exigen certificado de análisis del fabricante?			
	- Se encuentran disponibles los certificados de análisis?			

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
4	CLASIFICACION DEL ESTABLECIMIENTO -			
4.1	Laboratorio fabricante de:			
	- Medicamentos			
	- Productos Galénicos			
	- Cosméticos			
	- Insumos para la salud			
	- Productos Naturales			
	- Productos Veterinarios			
	- Material Odontológico			
	- Material Médico			
	- Productos de Higiene Personal o Doméstica			
	- Otros			Informativo
4.2	Fabrican, envasan, controlan o codifican productos a terceros			Informativo
	a) Cuales? _____			
	b) De que empresa (s)? _____			Informativo
	c) Se cuenta con los contratos correspondientes de fabricación, envase y/o empaque?			Informativo
4.3	Contrata la fabricación de envasado, empacado, control o codificado de sus productos con terceros			Informativo
	a) Cuáles? _____			
	b) Con que empresa (s)? _____			
4.4.	Tienen infraestructura para las siguientes áreas de producción :			Informativo
	a) Sólidos			
	Polvos compactos			
	Polvos sueltos			
	Talcos			
	Jabones			
	Desodorantes			
	Lápices			
	Otros productos			
	b) Líquidos			
	Shampoos, reancondicionadores			
	Lociones, colonias			
	Perfumes			
	Aceites			
	Desodorantes			
	Esmaltes			
	Tintes			
	Otros productos			
	c) Semisólidos			
	Cremas, pomadas			

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	Desodorantes			
	Geles			
	Lápices labiales			
	Rimel			
	Tintes			
	Otros productos			
5	PERSONAL			
5.1.	Capacitación			
	a) Conoce el personal el organigrama de manufactura con las líneas de autoridad claramente definidas?			Informativo
	b) Existen procedimientos escritos que describan las funciones y responsabilidades del personal?			Mayor
	c) Los conoce el personal?			Mayor
	d) El personal clave tiene designado sus reemplazos por escrito?			Menor
	e) Se tiene programas de inducción escritos para el personal nuevo? (temporal o fijo)			Mayor
	f) Se cuenta con normas de higiene personal?			Mayor
	g) Se cuenta con un programa de seguridad industrial?			Menor
	h) Existen programas escritos para capacitación continua del personal en BPM?			Menor
	Cuál (es)? _____ _____ _____			
	i) Se documentan estas actividades?			Mayor
	j) Se capacita al personal en las labores específicas de su trabajo y en el desempeño en aquellas áreas que exigen precauciones especiales?			Mayor
	k) Está documentado?			Mayor
	l) Existen procedimientos escritos para el ingreso de los visitantes a la planta?			Menor
5.2	Higiene y salud ocupacional			
	Higiene del personal			
	a) Se realiza un examen médico y de laboratorio para el ingreso a la empresa?			Mayor
	Cuál (es)? _____ _____ _____			
	b) Se realizan anualmente exámenes médicos y de laboratorio al personal?			Mayor
	Cuál (es)? _____ _____ _____			
	c) Se documentan? Existen normas que prohíban el comer y fumar dentro de las áreas productivas?			Menor
	Aseo y Limpieza			
	a) Se suministran los implementos de aseo y limpieza necesarios?			Mayor
	b) Se evita el contacto directo entre las manos del operador y las materias primas, productos intermedios o graneles?			

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
5.3	Dotación de ropa de trabajo			
	a) Está dotado el personal (temporal y fijo) de la vestimenta de trabajo adecuada para cada área?			Mayor
	b) Se provee al personal de los equipos de seguridad industrial?			Mayor
	c) Existen procedimientos escritos sobre el uso de los implementos de de trabajo para el personal en cada una de las áreas?			Informativo
	d) Están limpios y en buen estado los uniformes?			Mayor
	e) Existen procedimientos escritos sobre la entrada del personal de mantenimiento a las áreas durante el proceso de manufactura? Se cumplen?			Mayor
6	INSTALACIONES Y MATENIMIENTO			
6.1	Existen programas de mantenimiento y reparaciones?			Mayor
6.2	Existe en todas las áreas del establecimiento un sistema adecuado de recolección y manejo de desechos? Existen procedimientos escritos?			Mayor
6.3	Parte exterior de la Planta o Edificación			
	a) Se encuentran las áreas limpias adyacentes a la planta, pertenecientes a la empresa, limpias y libres de plagas y focos de contaminación?			Menor
	b) Existe contaminación por industrias vecinas?			Informativo
	c) En caso afirmativo, tienen sistemas de prevención?			Menor
6.4	Parte Interior de la Planta			
	a) Se observa la planta limpia y en buen estado de mantenimiento?			Mayor
	b) Existen procedimientos escritos con responsabilidades asignadas sobre la forma, frecuencia y medios de limpieza o desinfectantes a emplear? Se registran?			Mayor
	c) Se tienen registros de saneamiento y control de plagas?			Mayor
6.5	Áreas accesorios (De servicio al personal)			
	Servicios Sanitarios			
	a) Están ubicados fuera del área de producción?			Mayor
	b) Se encuentran separados para personal femenino y masculino?			Mayor
	c) Son suficientes de acuerdo al número de personal?			Mayor
	d) Están adecuadamente dotados, aseados y ventilados?			Mayor
	e) Están dotados de secador (de aire o toallas desechables) y dosificadores de jabón?			Mayor
	Vestuarios			
	a) Existen vestuarios para personal femenino y masculino?			Mayor
	b) Existen sitios individuales para guardar los objetos personales?			Menor
	c) Se encuentran limpios, ordenados y suficientemente ventilados?			Menor
	d) Existen procedimientos escritos apropiados para el ingreso y egreso de los Vestuarios?			Menor
	Áreas de Mantenimiento			
	a) Existe un sitio independiente de las áreas de producción destinado a mantenimiento?			Menor
	b) Se almacenan las herramientas y repuestos adecuadamente?			Informativo
	Áreas Sociales			
	a) Están separadas de las áreas de producción?			Mayor
	b) Existe un sistema correcto que evite que los uniformes empleados en los procesos de producción se contaminen en las áreas sociales?			Menor
7	SISTEMAS DE APOYO CRITICO			
7.1	Sistema de suministro y extracción de aire			
	a) Tiene un sistema central?			Informativo
	b) Tiene un sistema individual?			Informativo

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	c) Se manejan diferenciales de presión?			Informativo
	d) Tienen instrumentos de control y procedimientos de mantenimiento de los mismos?			Menor
	e) Se llevan registros de temperatura, humedad relativa (cuando se requieren)?			Menor
	f) Se tienen procedimientos escritos de mantenimiento de los sistemas de aire? (cuando se requiere)			Menor
	g) Hay procedimientos escritos para el manejo de posibles condiciones de riesgo en los sistemas de aire? Cuáles? _____ _____			Informativo
7.2	Sistema de Agua			Informativo
	a) Tipos de suministro de agua: Acueducto?			
	De pozo?			
	Otros?			
	b) Para que utilizan cada tipo de agua? Explicar			Informativo
	c) Posee tanques de almacenamiento de agua?			Informativo
	d) Existen procedimientos documentados de limpieza y sanitización de los tanques de agua?			Mayor
	e) Que clase de agua utilizan en producción? Potable?			Informativo
	Purificada?			Informativo
	f) Que procesos de Tratamiento del agua utiliza? Desionización?			Informativo
	Destilación?			Informativo
	Por Osmosis Inversa?			Informativo
	Otros?			Informativo
	g) Se realiza controles periódicos que aseguren su calidad? Se registran?			Mayor
	h) Es adecuado el diseño y el material de las tuberías de conducción del agua?			Mayor
	i) Están debidamente identificados y son adecuados los puntos de muestreo?			Menor
	j) Existe un procedimiento escrito de muestreo que especifique cuándo y cómo tomar las muestras?			Mayor
	k) Hay procedimientos escritos para limpieza y desinfección de tuberías de conducción del agua utilizada en la fabricación? Se documenta apropiadamente?			Mayor
	l) Hay instrucciones escritas para cada tipo de calidad de agua, donde se especifiquen las medidas correctivas a tomar y los parámetros de aceptación y rechazo?			Mayor
7.3	Tratamiento de Aguas residuales			
	a) Dispone de un sistema de vertimiento de aguas residuales y residuos industriales?			Informativo
	b) Cuenta con sistemas de desagües y sifones sanitarios, suficientemente protegidos?			Menor
	c) Tienen pisos con desniveles adecuados hacia el sifón o canal de desagüe?			Informativo
7.4	Sistema de vapor			
	a) Tienen suministro de vapor?			Informativo
	b) Qué tipo de caldera usa?			Informativo
	c) Se efectúan controles al agua que alimenta la caldera?			Informativo
	d) En que utiliza el vapor? _____			Informativo

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	e) Se efectúan controles de calidad al vapor generado? Cuáles? _____			Informativo
	f) Qué tipo de combustible utilizan? _____			Informativo
	g) Qué manejo tienen los residuos de la caldera? _____			Informativo
8	AREA DE ALMACENAMIENTO			
8.1.	Materias Primas			
	a) Cuenta con espacios suficientes y están debidamente asignados y señalizados:			
	Recepción?			Menor
	Área de almacenamiento?			Mayor
	Área de muestreo?			Mayor
	Área de rechazos?			Menor
	b) En caso negativo, explique _____			
	c) Está restringida la entrada al personal ajeno a los almacenes y bodegas?			Menor
	d) Las materias primas sensibles a temperaturas y humedad se almacenan correctamente? (verificar registros)			Mayor
	e) Disponen de un sistema de protección adecuado para manejar materiales inflamables? Están debidamente identificados y señalizados?			Mayor
	f) Se encuentran las áreas limpias, ordenadas y en buen estado?			Mayor
	g) Son adecuadas las condiciones de limpieza, orden y mantenimiento de:			
	Estanterías?			Menor
	Parihuelas?			Menor
	Paredes?			Menor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor
	Techos?			Menor
	Ventanas?			Menor
	h) Existe ventilación e iluminación adecuada?			Menor
	i) Se encuentran las materias primas almacenadas sobre parihuelas o en estanterías separadas de las paredes con espacios suficientes para revisión y aseo?			Menor
	j) Se encuentran las materias primas identificadas con :			Critico
	Nombre o código			Informativo
	Número de lote y fecha de recepción?			Informativo
	Cantidad aprobada?			Informativo
	Fecha de análisis?			Informativo
	Fecha de reanálisis?			Menor
	Fecha de vencimiento para las materias primas perecibles?			Mayor
	Número de análisis?			Mayor
	Número de recipientes?			Informativo
	Proveedor?			Informativo
	k) Se utilizan las materias primas de acuerdo con un sistema ingreso FIFO (lo primero que entra es lo primero que sale)? FEFO (lo primero que vence es lo primero que sale)?			Informativo

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	l) Están las materias primas y materiales localizados e identificados de acuerdo al estado en que se encuentran? (aprobado, cuarentena y rechazado)			Critico
	ll) Cuenta con un sistema que registre, documente y controle el manejo de las materias primas?			Mayor
	m) Existen procedimientos escritos para recepción?			Mayor
	n) Existen procedimientos escritos para muestreo?			Mayor
	ñ) Cuenta con procedimientos escritos que indiquen cómo actuar en caso de intoxicaciones?			Mayor
	o) Cuentan con medidas de seguridad para desechar los rótulos de materias primas utilizadas?			Mayor
8.2	Área de dispensación o pasaje			
	a) Existe un área de pasaje debidamente identificada y separada físicamente?			Mayor
	b) Se encuentra el área limpia y ordenada?			Mayor
	c) Están iluminadas las áreas de pasaje?			Mayor
	d) Tienen sistemas de suministro y extracción de aire?			Menor
	e) Se dispensa contra Orden de Producción?			Mayor
	f) Existe procedimientos escritos para: Manejo de insumos y utensilios empleados? Limpieza después de cada operación?			Mayor Mayor
	g) Se supervisa y se documenta debidamente su cumplimiento?			Mayor
	h) Se llevan registro de calibración de las balanzas y básculas?			Mayor
	i) Se realizan estas calibraciones por personal idóneo, como mínimo una vez al año?			Mayor
	j) Se identifican individualmente las materias primas dispensadas para cada orden de producción?			Mayor
	k) Se transportan y entregan adecuadamente las materias primas dispensadas al área de producción?			Informativo
	l) Utiliza el personal ropa y elementos de protección adecuados para el pasaje de materias primas?			Menor
	ll) Cuenta con un sitio especial para almacenar correctamente materias primas pesadas			Menor
8.3	Áreas de almacenamiento de materiales de acondicionamiento y envase			
	a) Se encuentran las áreas debidamente identificadas?			Menor
	b) Son adecuadas las condiciones de limpieza, orden y mantenimiento de:			
	Esteras?			Menor
	Parihuelas?			Menor
	Paredes?			Menor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor
	Techos?			Menor
	Ventanas?			Menor
	c) Están iluminadas? Están ventiladas?			
	d) Existen procedimientos escritos para la recepción, manejo y muestreo de Material de envase y empaque?			Menor
	e) Están identificados los materiales que se encuentran almacenados en cuanto a:			Critico
	Nombre o Código?			Menor
	Número lote y fecha de recepción?			Informativo
	Cantidad aprobada?			Informativo

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	Fecha de análisis y de expiración si la tiene?			Informativo
	Número de análisis y firma de la persona que analizó?			Informativo
	Número de recipientes?			Informativo
	Proveedor?			
	f) Los materiales están identificados y localizados de acuerdo con el estado en que se encuentran? Aprobado _____ Cuarentena _____ Rechazado _____			Mayor
8.4	ALMACENES DE PRODUCTOS TERMINADOS			
	a) Están los almacenes debidamente identificados?			Menor
	b) Se encuentran limpios y ordenados?			Mayor
	c) Se encuentran debidamente iluminados y ventilados?			Menor
	d) Son adecuadas las condiciones de limpieza, orden y mantenimiento de:			Menor
	Esterilizadores			Menor
	Panhuelas?			Menor
	Paredes?			Menor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor
	Techos?			Menor
	Ventanas?			Menor
	e) Se encuentran debidamente ordenados e identificados los productos terminados?			Menor
	f) Existen procedimientos escritos que aseguren que los lotes despachados han sido aprobados por Control de Calidad?			Mayor
	g) Se despachan los productos terminados de acuerdo a los principios de:FIFO O FEFO (cuando corresponda) ¿			Menor
	h) Cuentan con un sistema de registro y control de inventarios para el manejo de productos terminados?			Informativo
	i) Cuentan con los controles de temperatura y humedad relativa de acuerdo al producto terminado? (cuando se requiera)			Menor
8.5	Áreas de devoluciones			
	a) Cuenta con un área separada para devoluciones y reclamos debidamente identificada?			Menor
	b) Se registran y documentan las devoluciones y sus causas?			Menor
	c) Cuenta con procedimientos escritos para el manejo de las devoluciones?			Mayor
	d) Cuenta con personal responsable para el manejo de las devoluciones y las medidas a tomar?			Menor
9	QUEJAS Y RECLAMOS			
9.1	Existe un procedimiento escrito que plasme la política de la empresa para el manejo de quejas y reclamos?			Mayor
9.2	Se registran detallada y totalmente todas las decisiones y medidas tomadas como resultado de una queja? Se archivan?			Menor Menor
10	RETIRO DE PRODUCTOS DEL MERCADO			
10.1	Existe un procedimiento escrito que plasme política de la empresa para el retiro de productos del mercado?			Mayor
10.2	Se revisa y se evalúa la eficiencia del Sistema de retiro?			Menor
10.3	Se registra el desarrollo del proceso de retiro y se redacta un informe sobre el mismo?			Menor

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
11	ÁREA SE PRODUCCIÓN			
11.1	Área de sólidos			
	a) Qué tipo de producción tiene? Dar listado			Informativo
	b) Existe un área delimitada para estos productos?			Mayor
	c) Se encuentran limpias y ordenadas?			Menor
	d) Se dispone de sitios especialmente destinados para:			
	Materias primas dispensadas?			Menor
	Almacenamiento de utensilios para uso de fabricación?			Menor
	Lavado de utensilios y equipos de producción?			Mayor
	Lavado de materiales e implementos de aseo?			Menor
	Mantenimiento y Limpieza			
	a) Existe procedimientos escritos para realizar la limpieza de las instalaciones? Se registran?			Mayor
	b) Son de material de fácil limpieza?			Menor
	Lámparas?			Menor
	Paredes?			Menor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor
	Rejilla de aire?			Menor
	Ventanas?			Menor
	Techos?			Menor
	c) Están las áreas suficientemente iluminadas?			Menor
	Equipos			
	a) Las partes de los equipos que están en contacto con el producto, pueden limpiarse completamente?			Mayor
	b) Tienen procedimientos escritos para la limpieza y mantenimiento de Equipos?			Mayor
	c) Están los equipos debidamente identificados según el estado de limpieza en que se encuentran?			Menor
	d) Están los equipos debidamente identificados con el nombre del producto que se está elaborando?			Mayor
	e) Los tanques de preparación y almacenamiento tienen tapas adecuadas?			Mayor
	Sistema de Aire			
	a) Están acondicionadas estas Áreas con sistemas eficaces de ventilación, de extracción y recolección para polvos?			Mayor
	Ductos y tuberías			
	a) Hay ductos o tuberías expuestos dentro del área?			Informativo
	b) Permanecen limpios?			Mayor
	Controles durante la producción			
	a) Se tienen órdenes de producción e instrucciones de manufactura para cada lote de producto?			Mayor
	b) Se siguen las instrucciones de manufactura?			Mayor
	Controles en Proceso			
	a) Se dispone de procedimientos escritos de los controles en proceso con sus especificaciones?			Mayor
	b) Se registran?			Mayor
	Personal			
	a) En los casos requeridos, el personal cuenta con elementos de protección?			Mayor

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
11.2	Área de líquidos y semisólidos			
	a) Que tipo de producción tiene? Dar listado			Informativo
	b) Existe un área independiente para estos productos?			Mayor
	c) Se encuentra limpia y ordenada?			Mayor
	d) Se dispone de sitios especialmente destinados para:			
	Materias primas dispensadas?			Menor
	Almacenamiento de utensilios auxiliares para uso en fabricación?			Menor
	Lavado de utensilios y equipos de producción?			Mayor
	Lavado de materiales e implementos de aseo?			Mayor
	Mantenimiento y Limpieza			
	a) Existen procedimientos escritos para realizar la limpieza de las Instalaciones?			Mayor
	b) Se registran?			Menor
	c) Son de material de fácil limpieza;			
	Drenajes y sifones?			Menor
	Lámparas?			Mayor
	Paredes?			Mayor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor
	Rejillas de aire?			Menor
	Ventanas?			Menor
	Techos			Menor
	d) Están las áreas suficientemente iluminadas?			Menor
	Equipos			
	a) Las partes de los equipos que están en contacto con el producto pueden limpiarse completamente?			Mayor
	b) Tienen procedimientos escritos para la limpieza y mantenimiento de Equipos?			Mayor
	c) Están los equipos debidamente identificados según el estado de limpieza en que se encuentran?			Menor
	d) Están los equipos debidamente identificados con el nombre del producto que se está elaborando?			Mayor
	e) Los tanques de preparación y almacenamiento tienen tapas adecuadas?			Mayor
	Sistema de Aire			
	a) Están acondicionadas estas áreas con sistemas eficaces de Ventilación, extracción localizada y recolección para: Polvos, cuando se requiere? Vapores (en caso de tintes, tinturas o afines)?			Mayor
	Ductos y tuberías			
	a) Hay ductos o tuberías expuestos dentro del aire?			Informativo
	b) Permanecen limpios?			Mayor
	Controles durante la producción			
	a) Se tienen órdenes de producción e instrucciones de manufactura para cada lote de producto?			Mayor
	b) Se siguen las instrucciones de manufactura?			Mayor
	Controles en proceso			
	a) Se dispone de procedimientos escritos de los controles en proceso con sus especificaciones?			Mayor
	b) Se registran?			Mayor

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	Personal			
	a) En los casos requeridos, el personal cuenta con elementos de protección?			Mayor
11.3	Área de esmaltes y afines			
	a) Qué tipo de producción tiene? Dar listado			Informativo
	b) Existe un área independiente para estos productos?			Mayor
	c) Se encuentra limpia y ordenada?			Mayor
	d) Se dispone de sitios especialmente destinados para:			
	Materias primas dispensadas?			Menor
	Almacenamiento de utensilios auxiliares para uso en fabricación?			Menor
	Lavado de utensilios y equipos de producción?			Menor
	Lavado de materiales e implementos de aseo?			Mayor
	Mantenimiento y aseo			
	a) Existen procedimientos escritos para realizar la limpieza de las instalaciones?			Mayor
	b) Se registran?			Menor
	c) Son de material de fácil limpieza?			Menor
	Drenajes y sifones?			Menor
	Lámparas?			Menor
	Paredes?			Menor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor
	Rejilla de aire?			Menor
	Ventanas?			Menor
	Techos?			Menor
	d) Están las áreas suficientemente iluminadas?			Menor
	Equipos			
	a) Las partes de los equipos que están en contacto con el producto pueden limpiarse completamente?			Mayor
	b) Tienen procedimientos escritos para la limpieza y mantenimiento de Equipos?			Mayor
	c) Están los documentos debidamente identificados según el estado de limpieza en que se encuentran?			Mayor
	d) Están los equipos debidamente identificados con el nombre del producto que se está elaborando?			Mayor
	e) Los tanques de preparación y almacenamiento tienen tapas herméticas?			Mayor
	f) Los equipos son a prueba de explosión?			Mayor
	Controles durante procesos			
	a) Se tienen órdenes de producción e instrucciones de manufactura para cada lote de producto?			Mayor
	b) Se siguen las instrucciones de manufactura?			Mayor
	Controles en proceso			
	a) Se dispone de procedimientos escritos de los controles en proceso con sus especificaciones?			Mayor
	b) Se registran?			Mayor
	Personal			
	c) Cuenta el personal con elementos de protección?			Mayor
12	AREA DE EMPAQUE			
12.1	Se dispone de sitios especialmente destinados para:			
	Almacenamiento de materiales para uso en empaque?			Menor
	Almacenamiento provisional o cuarentena?			Menor

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	Lavado de utensilios auxiliares para envase y empaque?			Menor
	Lavado y almacenamiento de implementos de aseo?			Menor
12.2	Mantenimiento y aseo			
	a) Existen procedimientos escritos para realizar la limpieza de las Instalaciones?			Menor
	Se registran?			Menor
	b) Están las áreas de empaque limpias y ordenadas?			Mayor
	c) Son de fácil limpieza:			
	Drenajes y sifones?			Menor
	Lámparas?			Menor
	Paredes?			Mayor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor
	Rejilla para ventilación (si las hay)?			Menor
	Ventanas?			Menor
	Techos?			Menor
	d) Están las áreas suficientemente iluminadas?			Menor
	Equipos			
	a) Las partes de los equipos que están en contacto con el producto, pueden limpiarse completamente?			Mayor
	b) Tienen procedimientos escritos para la limpieza y mantenimiento de Equipos?			Mayor
	c) Documentan la limpieza de los equipos?			Mayor
	d) Están los equipos debidamente identificados según el estado de limpieza en que se encuentran?			Menor
	e) Están los equipos debidamente identificados con el nombre del producto que se está envasando o empacando?			Mayor
12.4	Controles en Proceso			
	a) Existe un procedimiento escrito para ejecutar el despeje de línea, la identificación de los graneles, el manejo de materiales, etc. Para evitar confusiones?			Mayor
	b) Existe la identificación de las líneas de envase y empaque?			Mayor
	c) Existe separación apropiada entre las líneas de envase y empaque?			Menor
	d) Se dispone los procedimientos escritos de los controles en proceso con sus especificaciones? Se registran?			Mayor
	Personal			
	a) Cuenta el personal con elementos de protección cuando se requiere?			Mayor
13	AREA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS A GRANEL			
13.1	Cuenta con un área delimitada para el manejo de graneles?			Informativo
13.2	Se encuentra identificada el área?			Menor
13.3	Mantenimiento y aseo			
	a) Esta limpia y ordenada?			Mayor
	b) Está iluminada y ventilada adecuadamente?			Menor
	c) Son de material de fácil limpieza?			
	Drenajes y sifones?			Menor
	Lámparas?			Mayor
	Paredes?			Mayor
	Pisos?			Menor
	Puertas?			Menor

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
	Rejillas de ventilación? (si las hay)			Menor
	Ventanas?			Menor
	Techos			Menor
13.4	Controles durante el almacenamiento			
	a) Los productos a granel se encuentran debidamente almacenados e identificados?			Mayor
	b) Existe un procedimiento escrito para la situación y manejo de productos a granel según su estado (Aprobado, Rechazado, Cuarentena)			Mayor
14	DOCUMENTACIÓN			
14.1	Existe un procedimiento para la preparación, revisión y actualización Periódica de los procedimientos escritos?			Menor
14.2	Retiran los procedimientos escritos no vigentes?			Mayor
14.3	Cada procedimiento se encuentra debidamente titulado, con fecha de emisión, vigencia, nombre, firma y cargo de la persona (s) responsable(s) y autorizada(s)?			Mayor
14.4	Están los procedimientos escritos debidamente ubicados a disposición del respectivo usuario?			Menor
14.5	Conocen los usuarios los procedimientos escritos de su competencia?			Menor
14.6	Están estos procedimientos escritos en un lenguaje claro y concreto para su fácil comprensión por parte del usuario?			Informático
14.7	Son claras y legibles las copias del documento original?			Informativo
14.8	Se tiene un listado de Procedimientos Estándar de Operación? Anexar listado de Procedimientos Estándar de Operación			Informativo
14.9	DOCUMENTOS EXIGIDOS			
	Etiqueta y empaques			
	a) Existen procedimientos escritos con los criterios para el muestreo y la clasificación de defectos de las etiquetas y empaques?			Menor
	b) Existen especificaciones y sus tolerancias escritas para la aceptación o rechazo de las etiquetas y empaques?			Mayor
	c) Se documentan los resultados obtenidos en los controles realizados a las etiquetas y empaques?			Mayor
	d) Se registran las entradas de empaques y etiquetas, anotando la procedencia, la cantidad y la fecha de recibo?			Informativo
	Materias Primas y Materiales de Empaque			
	a) Existen procedimientos escritos indicando la manera de recibir, identificar, muestrear, manejar y almacenar los materiales y materias primas que ingresan a la planta?			Menor
	b) Existen un listado de proveedores de materias primas y materiales debidamente clasificados y calificados?			Menor
	c) Tienen escritas las especificaciones para la adquisición y análisis de materias primas?			Mayor
	d) Se documentan y archivan adecuadamente los resultados de los Ensayos y la fecha de su realización?			Mayor
	e) Existe un inventario actualizado y completo de todas las materias primas y materiales?			Menor
	Productos Intermedios y a Granel			
	a) Existen procedimientos escritos y sobre la manera de identificar, muestrear, analizar, manejar y almacenar los productos intermedios y a granel?			Mayor
	Producto Terminado			
	Envasado			
	Existen procedimientos escritos para el envasado de cada uno de los productos, indicando variables y especificaciones correspondientes?			Mayor

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
15	CONTROL DE CALIDAD			
15.1	Realizan el control de calidad por sí mismo o por terceros?			Informativo
15.2	Existen dentro de esta área los equipos e implementos de seguridad necesarios y están operativos?			Mayor
	Extintores?			Mayor
	Duchas de seguridad cuando se requiera?			Mayor
	Campanas de extracción cuando se requiera?			Mayor
	Duchas de ojos cuando se requiere?			Mayor
	Gafas de seguridad			Mayor
	Mascaras de seguridad, cuando se requiere?			Informativo
	Otros?			
15.3	Control de Calidad es independiente de producción y está bajo la responsabilidad de una persona calificada?			Mayor
15.4	El Jefe de Control de Calidad tiene autonomía en sus decisiones?			Mayor
15.5	El personal de control de calidad recibe capacitación periódica?			Mayor
15.6	Se realizan los análisis requeridos de acuerdo a los productos que se elaboran?			Mayor
	Análisis Organolépticos?			Mayor
	Análisis fisicoquímicos?			Mayor
	Análisis microbiológicos?			Mayor
15.7	Se registran los datos y los resultados de los ensayos analíticos?			Mayor
15.8	Firman los resultados las personas responsables?			Mayor
15.9	Existe un área de muestras de retención para:			
	Materias primas?			Menor
	Producto terminado?			Mayor
15.10	Existe un sitio adecuado para guardar los documentos maestros, métodos analíticos, Procedimientos Estándar de Operación y Registros de lote?			Menor
15.11	Existe un sector de biblioteca?			Informativo
15.12	Existe un sitio de Oficinas?			Informativo
	Anexar listado completo de Equipos de análisis			
	Anexar listado de libros de consulta disponibles			
15.13	Existen en forma escrita y clara:			
	a) Procedimientos para el manejo y preparación de reactivos, soluciones normalizadas, medios de cultivo?			Mayor
	b) Procedimientos para el manejo de muestras de retención?			Mayor
	c) Se aplican estos procedimientos?			Mayor
15.14	Presentan los recipientes de las soluciones normalizadas y reactivos una rotulación adecuada (Nombre, concentración, fecha de preparación, fecha de vencimiento, condiciones de almacenamiento, firma de la persona que lo preparó, factor)?			Informativo
16	ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD			
16.1	Existe en la empresa un programa de Aseguramiento de la Calidad			Informativo
16.2	Si la respuesta fuera afirmativa: Están claramente definidas y escritas las funciones y responsabilidades de Aseguramiento de la Calidad?			Informativo
16.3	Existe en la empresa una persona o personas responsables de Aseguramiento de Calidad?			Informativo
16.4	Se cuenta con un procedimiento escrito para su divulgación a todos los niveles?			Informativo
16.5	Se implementa la actualización o modificación de los procesos de fabricación y de los procedimientos operativos después de una completa evaluación y aprobación?			Mayor

**MINISTERIO DE SALUD
DIGEMID**

Código: DICER-FOR-014

Versión: 2
Fecha: 11-09-2017

	ASUNTO	SI	NO	OBSERV.
16.6	Existen procedimientos escritos para el manejo de materiales rechazados y recuperados?			Menor
16.7	Se realizan periódicamente autoinspecciones?			
16.8	Con que frecuencia? _____ _____			Informativo
16.9	Existen procedimientos escritos para el desarrollo de las autoinspecciones? Se aplican estos procedimientos?			Mayor
16.10	Se documentan las autoinspecciones?			Mayor
16.11	Se efectúa un seguimiento de los resultados de las autoinspecciones?			Mayor
16.12	Se revisan los documentos de los controles en proceso por parte de la persona autorizada?			Mayor
16.13	Cada lote o producción solamente es liberado por la persona autorizada?			Mayor
16.14	Se cuenta con procedimientos escritos que indiquen las medidas que deben ser aplicadas cuando hay desviaciones de los procedimientos estandarizados?			Mayor
16.15	Existen procedimientos escritos que establezcan las acciones a seguir para que no se continúe un proceso crítico, sin haber sido autorizado por el responsable, cuando se ha producido una desviación?			Mayor
17	SEGURIDAD INDUSTRIAL			
17.1	Existe programa permanente de Seguridad Industrial?			Informativo
17.2	Existen programas de capacitación y equipos para el control y prevención de incendios?			Mayor
17.3	Los accesos a los extintores se encuentran libres y demarcados?			Mayor
17.4	Existen planos y señales de evacuación?			Menor
17.5	Se realizan simulacros de evacuación? Con que frecuencia? _____			Informativo
17.6	Se verifica con frecuencia el correcto funcionamiento de:			
	Extinguidores?			Informativo
	Hidrantes cuando se requiere?			Informativo
	Mangueras cuando se requiere?			Informativo
18	ESTABILIDAD			
18.1	Existen procedimientos escritos para definir las características de estabilidad de los productos?			Mayor
18.2	Existen condiciones de almacenamiento para las muestras de los ensayos de estabilidad? Se lleva un registro apropiado de las condiciones de humedad relativa cuando se requiera y temperatura para las muestras de los ensayos de estabilidad natural y el registro de control de temperatura en ensayos de estabilidad acelerada?			Informativo Mayor
18.3	Existe un protocolo escrito para el desarrollo de las pruebas de estabilidad de cada Producto?			Mayor
18.4	Existe un procedimiento escrito para establecer la vida útil de los productos?			Menor
18.5	Si se realizan las pruebas en planta, cuenta con el área, los equipos, procedimientos y reactivos apropiados para el desarrollo de los estudios de estabilidad?			Mayor
18.6	En caso de presentarse una modificación significativa del proceso de manufactura, de los equipos y de las condiciones del área de fabricación, un cambio de materias primas y material de envase, se realizan nuevos estudios de estabilidad y se documentan?			Mayor
18.7	Se realizan evaluaciones y conclusiones de cada uno de los estudios de estabilidad?			Mayor

Anexo 11: Preparación de cosméticos.

Preparación de Rimel





Preparación de Polvos Compactos



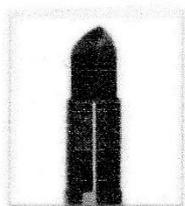


Preparación de Polvos Labial





Anexo 12: Fichas Técnicas de Fórmula y preparación revisadas.



FICHA TÉCNICA

Producto Labial

Descripción Contenido 3 gr.
Color fucsia púrpura #CC397B

Fórmula

Ingrediente	Cantidad	U.M.	Densidad	%
Cera de abeja	0.90	gr	0.90	20.22
Aceite de coco	0.40	gr	0.91	8.99
Aceite de oliva	1.00	ml	0.91	22.47
Vitamina E	0.50	gr	0.36	11.24
Beterraga (polvo)	0.50	gr	0.54	11.24
Manteca de Cacao	0.40	gr	0.90	8.99
Aceite esencial (rosas)	0.25	ml	0.88	5.62
Excipiente (Dióxido de titanio)	0.50	gr	4.23	11.24

Elaboración (lote de 30 unidades)

- En un recipiente de vidrio resistente al calor, se lleva a 70°C y se agrega la materia prima grasa (cera de abejas 27 gr y la manteca de cacao 12 gr, aceite de oliva 30 ml, aceite de coco 12 gr), esto se lleva a baño maría, que es un calentamiento indirecto por inducción térmica.
- Manteniendo la mezcla homogenizada agregar los pigmentos (polvo de beterraga 15 gr) y el dióxido de titanio (15 gr).
- Una vez que hayan retirado del calor, continuar mezclando para luego agregar la vitamina E (15gr) y el aceite esencial (7.5 ml)
- Verter la preparación en nuestra máquina para pasar al envasado y esperar a que se enfríe a temperatura ambiente por unas dos horas o en el refrigerador por una media hora, como mínimo.

Producto Formulado por el Licenciado en Química Julio Anghelo Ramirez Coripuna.

Julio Anghelo Ramirez Coripuna
N° C. Q. P. 1273

JULIO ANGHELO RAMIREZ CORIPUNA
QUÍMICO
CQP. 1273



FICHA TÉCNICA

Producto Rimel

Descripción Contenido 8ml
Color negro

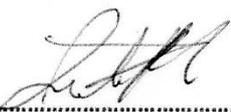
Fórmula

Ingrediente	Cantidad	U.M.	Densidad	%
Aceite de Oliva	1.25	gr	0.91	10.46
Lecitina de soya	0.80	gr	1.03	6.69
Goma de acacia	1.10	gr	0.64	9.21
Cera de abeja	0.30	gr	0.96	2.51
Carbón activado	1.00	gr	0.47	8.37
Vitamina E	0.50	gr	0.36	4.18
Agua destilada	5.00	ml	1.00	41.84
Aloe Vera	1.00	ml	1.03	8.37
Aceite esencial (rosas)	0.50	ml	0.88	4.18
Excipiente	0.50	gr	4.23	4.18

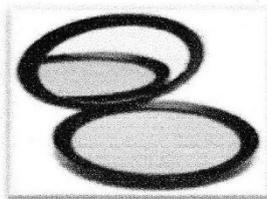
Elaboración (lote de 30 unidades)

- En recipiente de vidrio resistente al calor, agregar la goma de acacia (33 gr) con el agua destilada (150 ml) y mezclar bien durante 20 minutos, hasta que la mezcla alcance los 40°C y esté todo muy bien amalgamado.
- Para las materias primas grasas, se funden a baño maría a 70°C, contiene la cera de abejas (9 gr) y el aceite de oliva (37.5 gr).
- Mezclar todos los ingredientes arriba mencionados a baño María bajando la temperatura a 64°C, adicionándole la lecitina de soya (24 gr).
- A la mezcla homogénea se le adiciona el carbón activado (15 gr) y los excipientes, mezclar nuevamente para que emulsione y quede homogéneo.
- Cuando el preparado ya este tibio agregar la vitamina E (15 gr) el aceite esencial (15 gr) y mezclar.
- Finalmente se vierte el contenido en nuestra máquina llenadora que se encargará de enfrascar la máscara de pestañas en nuestros recipientes limpios y desinfectados.

Producto Formulado por el Licenciado en Química Julio Anghelo Ramirez Coripuna.


.....
Julio Anghelo Ramirez Coripuna
N° C. Q. P. 1273

JULIO ANGHELO RAMIREZ CORIPUNA
QUÍMICO
CQP. 1273



FICHA TÉCNICA

Producto Polvos Compactos

Descripción Contenido de 10 gr.
Color tono medio

Fórmula

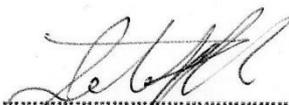
Ingrediente	Cantidad	U.M.	Densidad	%
Talco cosmético	2.00	gr	0.43	15.69
Miristato de magnesio	1.00	gr	1.74	7.84
Mica	0.50	gr	2.85	3.92
Estearato de Magnesio	0.25	gr	1.03	1.96
Maicena	4.00	gr	0.48	31.37
Canela	1.00	gr	1.02	7.84
Aceite de coco	1.00	gr	0.81	7.84
Vitamina E	0.50	gr	0.36	3.92
Aceite esencial (rosas)	1.00	ml	0.88	7.84
Excipiente	1.50	gr	4.23	11.76

Elaboración (lote de 30 unidades)

- Verificar el peso de materias primas indicadas en la fórmula.
- Preparar la fase grasa, llevar el aceite de coco (30 gr) y la vitamina E (15 gr) a una temperatura de 65°C.
- Luego debemos agregar la fase grasa a los agentes de consistencia (talco 60 gr, maicena 120 gr, miristato de magnesio y 30 gr, estearato de magnesio 7.5 gr), mezclar todo muy bien, siendo consistente y homogéneo.
- Pasar la mezcla totalmente homogénea por las mallas, ajustando el color de nuestro producto, que lograremos con la canela (30 gr), este proceso dura 10 minutos y se encuentra en una temperatura de 30°C.
- Manteniendo la temperatura de 30°C se le adiciona el aceite esencial de rosas.
- A la mezcla se le agrega el dióxido de titanio (45 gr).
- Finalmente se deja enfriar y secar la mezcla, se realizar la verificación del producto obtenido y se agrega la mezcla resultante en un envase adecuado y se compacta con la ayuda de nuestra máquina compactadora.
- Entregar al control de calidad para realizar los análisis en el laboratorio.

En nuestra formulación la maicena brinda un efecto mate y absorbente, disimula imperfecciones, adicionalmente el dióxido de titanio brinda un efecto adherente, protector en combinación de nuestro aceite de coco y la vitamina E.

Producto Formulado por el Licenciado en Química Julio Anghelo Ramirez Coripuna.


.....
Julio Anghelo Ramirez Coripuna

N° C. Q. P. 1273

.....
JULIO ANGHELO RAMIREZ CORIPUNA
QUÍMICO
CQP. 1273

Anexo 13: Tablas de necesidad de materias primas por producto

LABIAL	CANT	U.M.	PRECIO	2020	2021	2022	2023	2024
Cera de abeja	0.90	gr	0.15	8,533	8,789	9,053	9,325	9,604
Aceite de coco	0.40	gr	0.60	3,793	3,906	4,024	4,144	4,269
Aceite de oliva	1.00	ml	0.01	9,481	9,766	10,059	10,361	10,671
Vitamina E	0.50	gr	0.22	4,741	4,883	5,029	5,180	5,336
Beterraga (polvo)	0.50	gr	0.30	4,741	4,883	5,029	5,180	5,336
Manteca de Cacao	0.40	gr	0.10	3,793	3,906	4,024	4,144	4,269
Aceite esencial (rosas)	0.25	ml	1.70	2,370	2,441	2,515	2,590	2,668
Excipiente	0.50	gr	0.07	4,741	4,883	5,029	5,180	5,336

RIMEL	CANT	U.M.	PRECIO	2020	2021	2022	2023	2024
Aceite de Oliva	1.25	gr	0.01	12,587	12,965	13,354	13,754	14,167
Lecitina de soya	0.80	gr	0.01	8,056	8,297	8,546	8,803	9,067
Goma de acacia	1.10	gr	0.17	11,077	11,409	11,751	12,104	12,467
Cera de abeja	0.30	gr	0.15	3,021	3,112	3,205	3,301	3,400
Carbón activado	1.00	gr	0.07	10,070	10,372	10,683	11,003	11,333
Vitamina E	0.50	gr	0.22	5,035	5,186	5,341	5,502	5,667
Agua destilada	5.00	ml	0.00	50,348	51,859	53,414	55,017	56,667
Aloe Vera	1.00	ml	0.33	10,070	10,372	10,683	11,003	11,333
Aceite esencial (rosas)	0.50	ml	1.70	5,035	5,186	5,341	5,502	5,667
Excipiente	0.50	gr	0.07	5,035	5,186	5,341	5,502	5,667

POLVOS COMAPCTOS	CANT	U.M.	PRECIO	2020	2021	2022	2023	2024
Talco cosmético	2.00	gr	0.01	17,445	17,968	18,507	19,062	19,634
Miristato de magnesio	1.00	gr	0.05	8,722	8,984	9,254	9,531	9,817
Mica	0.50	gr	0.03	4,361	4,492	4,627	4,766	4,909
Estearato de magnesio	0.25	gr	0.05	2,181	2,246	2,313	2,383	2,454
Maicena	4.00	gr	0.00	34,889	35,936	37,014	38,125	39,268
Canela	1.00	gr	0.05	8,722	8,984	9,254	9,531	9,817
Aceite de coco	1.00	gr	0.60	8,722	8,984	9,254	9,531	9,817
Vitamina E	0.50	gr	0.22	4,361	4,492	4,627	4,766	4,909
Aceite esencial (rosas)	1.00	ml	1.00	8,722	8,984	9,254	9,531	9,817
Excipiente	1.50	gr	0.07	13,084	13,476	13,880	14,297	14,726

Anexo 14: Tabla de Costo de Empaque

	Empaq. plástico Costo Unit.	Empaq. Embalaje. Cost Unit.	Costo Empaq. Total unit.	2020	2021	2022	2023	2024
Polvos Compactos	0.090	0.050	0.14	1,327	1,367	1,408	1,450	1,494
Labial	0.080	0.045	0.13	1,259	1,296	1,335	1,375	1,417
Rimel	0.080	0.048	0.13	1,116	1,150	1,184	1,220	1,257
Estuche (KIT)	0.120	0.104	0.22	683	703	725	746	769
Total				4,385	4,517	4,653	4,792	4,936

Anexo 15: Gráficos de Puntos de Equilibrio

