



**Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada
“Zegel IPAE”**

Programa de Estudios en Administración de Negocios

O-ZENTS

Proyecto de Innovación para optar el Grado Académico de Bachiller
en Administración de Negocios

BAZO ZAMORA, Elizabeth Xiomara SU08002480

SANCHEZ LEGOAS, Luis Diego SU73696178

Lima, Perú

2020

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedicamos en especial a Dios, por darnos las fuerzas para continuar durante este proceso tan deseado y anhelado.

A nuestros padres, por su amor incondicional, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes porque hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

Gracias a nuestro profesor, guía y asesor Cesar Quevedo por sus consejos y magnífica enseñanza.

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día podemos darnos cuenta del ritmo acelerado de vida que llevan las personas, todo esto debido a la carga que ocasiona tanto el trabajo como los estudios, así como las obligaciones y cargas familiares llevan consigo un enemigo silencioso que es el estrés, el cual tiende a manifestarse de distintas formas tales como: los dolores de cabeza, la irritabilidad, el dolor lumbar, el dolor cervical, entre otros.

Nuestro plan de negocio denominado “O-ZENTS” cera de vela cosmética con nanovectores, tiene como objetivo establecer vínculos cercanos con el consumidor y también poder utilizar el producto como portal energético, la cera contiene una tecnología denominada nanovectores definidos como “misiles terapéuticos”, los cuales ayudan a potenciar todos los beneficios de la cera dentro de un masaje. El activo del nanovector ataca directamente el malestar corporal reduciéndolo hasta poder eliminarlo por completo.

“O-ZENTS” contará con una venta al cliente dentro de un local propio, posteriormente a los 3 meses de funcionamiento la distribución será a centros de masajes y SPA’s Premium de la zona, esto quiere decir que obtengan una afluencia alta de pacientes y que los mismos cuenten con un poder adquisitivo para adquirir el producto, y para el segundo año ingresar a una distribución hacia las sucursales de estos Spa’s ubicados dentro del territorio nacional.

Para poder implementar y empezar el negocio, la inversión inicial es s/. 660,472.34 con una inversión del 20% por cada uno de los 2 socios y también financiado por tercero. El periodo de análisis del negocio es de 5 años y como resultado en VANE: s/. 218,770 con una TIRE: 34% y VANF: s/. 618,174.84 y un TIRF: 40%, considerando una tasa de descuento de 25%.

Finalmente podemos concluir que el negocio es viable y una gran oportunidad para la sociedad.

La presente tesis cuenta con datos del 2018 y 2019, por lo tanto no se ha considerado la crisis del año 2020 (Pandemia – COVID 19).

INTRODUCCIÓN

El plan de negocio desea solucionar distintos problemas de salud utilizando la nanotecnología cosmética, no solo que estas sean beneficiosas para la piel sino también para la salud, se sabe que el estrés es un tipo de enfermedad a largo plazo, y por ende nos dirigimos a personas que no cuentan con el tiempo suficiente para ir a un centro especializado a realizarse un masaje para poder liberarse así del estrés.

“En las ciudades hay una vida más agitada, con poco trabajo físico y más tiempo en las oficinas; en el campo el trabajo físico es más evidente”. (Rottenbacher, 2018).

Como lo indica el investigador de la Pontificia Universidad Católica del Perú, la capital es donde existe mayor presencia de estrés por la vida agitada, cargas familiares, presión en el trabajo por llegar a los objetivos que les ponen, entre otros.

O-ZENTS desea brindar relajación en su propio hogar, que mejor idea que llevar el SPA a casa, siguiendo unos tutoriales para el mejor funcionamiento de esta cera de vela cosmética con nanovectores, los denominados misiles terapéuticos que atacan los problemas del cuerpo como dolores, tensiones y sobre todo el estrés.

Los estudios del entorno serán bajo el rubro de SPA, para poder llegar a saber más a fondo cómo se comportan nuestros clientes, teniendo así una idea y visión más clara donde actualmente ingresará el producto.

El plan de marketing que se realizará será personalizado ya que cada persona tiene percepciones diferentes, utilizaremos mucho nuestras plataformas virtuales dando a conocer el producto ya que este es un producto nuevo dentro del mercado.

Los procesos operacionales de la empresa seguirán un protocolo para una mejora continua y así poder ofrecer al cliente el mejor servicio, brindando un distintivo de calidad.

O-ZENTS contará con un equipo de profesionales, que serán capacitados en el área de cosmética y el rubro spa para mejorar y potenciar el producto y servicio.

INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Idea de negocio.....	12
1.2. Diagnóstico de la idea de negocio.....	13
1.3. Justificación del plan de negocio.....	14
1.4. Modelo de Negocio – CANVAS.....	15

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1. Análisis del microentorno.....	18
2.1.1. Perfil de los clientes o consumidores.....	18
2.1.2. Perfil de competidores.....	20
2.1.3. Perfil de Proveedores.....	20
2.2. Análisis del macroentorno.....	21
2.2.1. Factores Económicos.....	21
2.2.2. Factores Socio cultural.....	25
2.2.3. Factores Políticos y Legales.....	26
2.2.4. Factores Tecnológicos.....	27
2.2.5. Factores Ambientales.....	29

CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1. Misión.....	32
3.2. Visión.....	32
3.3. Valores.....	32
3.4. Objetivos estratégicos generales.....	33
3.4.1. Objetivos específicos (SMART).....	33
3.5. Matriz FODA.....	34
3.5.1. Matriz FODA CRUZADO.....	36

3.6. Estrategia genérica de Porter.....	37
---	----

CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Estudio de mercado.....	41
4.1.1. Perfil del cliente objetivo.....	41
4.1.2. Segmentación del mercado objetivo.....	42
4.2. Estimación de la demanda.....	45
4.2.1. Determinación del tamaño de la muestra.....	45
4.2.2. Técnica de investigación y tabulación de resultados.....	48

CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1. Mercado.....	68
5.2. Marketing Mix (Producto, precio, plaza y promoción).....	71
5.3. Formulación estratégica ANSOFF.....	93
5.4. Proyección de ventas.....	95
5.4. Plan de acciones – Cronograma.....	100

CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO

6.1 Localización de la empresa.....	101
6.2 Tamaño del negocio.....	102
6.3 Necesidades del negocio.....	106
6.4 Costos directos e indirectos.....	118
6.5 Proceso de producción u operación.....	133
6.6 Certificaciones necesarias.....	139
6.7 Impacto en el medio ambiente.....	140

CAPÍTULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1 Constitución de la empresa.....	141
7.2 Obligaciones y planilla del personal.....	149
7.3 Estructura organizacional.....	155

7.4 Descripción de funciones.....	158
-----------------------------------	-----

CAPÍTULO VIII. PLAN FINANCIERO

8.1. Plan de inversiones.....	169
8.1.1 Inversión fija tangible.....	171
8.1.2 Inversión intangible.....	172
8.1.3 Capital de trabajo.....	172
8.2. Análisis de costos: determinar los costos del producto y/o servicio.....	173
8.3. Análisis financiero.....	175
8.3.1 Estado de situación financiera apertura.....	175
8.3.2. Estado de resultados.....	176
8.3.3 Punto de equilibrio.....	177
8.3.4. Ratios/indicadores financieros.....	178
8.4. Plan financiero.....	179
8.4.1. Presupuesto financiero.....	179
8.5. Evaluación financiera.....	184
8.5.1. Flujo de caja proyectada.....	184

CAPÍTULO IX. REVISIÓN FINAL DEL INFORME

CONCLUSIONES.....	186
RECOMENDACIONES.....	187

CAPÍTULO X. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ANEXOS.....	188
-------------	-----

INDICE DE TABLA

Tabla N° 1. Datos de la empresa.....	17
Tabla N° 2. Modelo Canvas.....	20
Tabla N° 3. Perfil de los clientes o consumidor.....	21
Tabla N° 4. Criterios para la evaluación de proveedores de insumos.....	23
Tabla N° 5. Matriz FODA.....	37
Tabla N° 6. Matriz cruzada FODA.....	39
Tabla N° 7. Influencia en la psicología del consumidor.....	41
Tabla N° 8. Perfil del cliente objetivo.....	44
Tabla N° 9. Distribución por rango de edades en el distrito de Santiago de Surco, Miraflores y San Boja.....	45
Tabla N° 10. Distribución por edades y distritos.....	46
Tabla N° 11. Pregunta N°1 ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?.....	46
Tabla N°12. Mercado potencial y mercado disponible.....	47
Tabla N°13. Pregunta N°13 ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”?.....	47
Tabla N°14. Mercado Efectivo.....	48
Tabla N°15. Mercado Objetivo.....	48
Tabla N°16. Representatividad de la investigación.....	49
Tabla N°17. Determinación de tamaño de muestra.....	49
Tabla N°18. Distribución de encuestas.....	51
Tabla N°19 Ficha Técnica de investigación cuantitativa.....	51
Tabla N°20 Pregunta Filtro ¿Cuál es su edad?.....	54
Tabla N° 21 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su ingreso salarial mensual/persona?.....	55
Tabla N° 22 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su distrito de residencia?.....	56
Tabla N° 23 PREGUNTA 1. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?.....	57
Tabla N° 24 PREGUNTA 2. ¿Con quién asiste a un SPA/centro de masajes?.....	58
Tabla N° 25 PREGUNTA 3. ¿Qué días de la semana prefiere asistir a un SPA/centros de masajes?.....	59

Tabla N° 26 PREGUNTA 4. ¿Cuál es el servicio que suele solicitar cuando asiste a un SPA/centro de masajes?.....	60
Tabla N° 27 PREGUNTA 5. ¿Qué tipo de producto conoce para realizar un masaje?.....	61
Tabla N° 28 PREGUNTA 6. ¿Qué aroma es de su agrado para realizar un masaje?.....	62
Tabla N° 29 PREGUNTA 7. ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes?.....	63
Tabla N° 30 PREGUNTA 8. ¿Cuánto tiempo suele solicitar para un masaje?.....	64
Tabla N° 31 PREGUNTA 10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las novedades del SPA/centro de masajes?.....	65
Tabla N° 32 PREGUNTA 11. ¿Si viaja, también tomaría como opción realizarse un masaje?.....	66
Tabla N° 33 PREGUNTA 12. ¿Conoce o escucho en algún momento sobre una CERA DE VELA PARA MASAJES?.....	67
Tabla N° 34 PREGUNTA 13. ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”?.....	68
Tabla N° 35 PREGUNTA 14. ¿Cuál de estos atributos se te hace atractivo para el producto “CERA DE VELAS”?.....	69
Tabla N° 36 PREGUNTA 15. ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?.....	70
Tabla N°37: Pregunta N°7 ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes?.....	82
Tabla N°38 Determinación del porcentaje utilizado de un centro de masaje y SPA para realizar el servicio.....	82
Tabla N°39: Pregunta N°15 ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?.....	83
Tabla N° 40: Variable de acuerdo al sector del PBI en servicio.....	98
Tabla N°41: Pregunta 1 de la encuesta. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?.....	98
Tabla N° 42: Estimación de cera de velas a vender.....	99
Tabla N°43: Frecuencia de consumo por meses.....	99
Tabla N°44: Proyecciones de Ventas de acuerdo al producto cera de vela por 5 años.....	100
Tabla N°45: Proyecciones de consumo.....	101
Tabla N°46: Proyecciones de Ventas de acuerdo al producto aceite esencial por 5 años.....	101
Tabla N° 47: Proyección de ventas mensual del primer año.....	102
Tabla N° 48: Proyección de ventas mensual del primer año.....	102
Tabla N° 49: Matriz de localización.....	104
Tabla N° 50: Equipamiento de tienda.....	109
Tabla N° 51 Equipamiento del laboratorio y del área de envasado y control de calidad.....	111

Tabla N° 52 Equipamiento del área de empaquetado y rotulado, almacén y oficina de administración.....	113
Tabla N° 53 Equipamiento de vestidores, servicios higiénicos y otros.....	115
Tabla N° 54 Herramientas de laboratorio.....	117
Tabla N° 55 Herramientas de envasado y control de calidad, empaquetado y rotulado.....	119
Tabla N° 56 Cuadro de inflación proyectada.....	121
Tabla N° 57 Planilla de mano de obra directa proyectada a 5 años.....	122
Tabla N° 58 Costo MOD PROMEDIO por 5 años.....	124
Tabla N° 59 Crecimiento proyectado por 5 años.....	127
Tabla N° 60 Planilla de mano de obra indirecta.....	129
Tabla N° 61 Gastos Administrativos.....	130
Tabla N° 62 Marketing y publicidad.....	132
Tabla N° 63 Consumo de vela anual.....	134
Tabla N° 64 CIF por producto/promedio.....	134
Tabla N° 65 Obligaciones Tributarias.....	149
Tabla N° 66 Diferencia de micro y pequeña empresa.....	149
Tabla N° 67 Requisitos de acuerdo al Régimen laboral.....	150
Tabla N° 68: Planilla de la remuneración del personal.....	152
Tabla N° 69: Planilla de la remuneración del personal anual.....	153
Tabla N° 70 Sueldos de trabajadores y beneficios.....	154
Tabla N° 71. Aportes de los trabajadores.....	156
Tabla N° 72: Horario del personal de Ozent's.....	161
Tabla N° 73 Manual específico de funciones y competencias laborales Gerente General.....	162
Tabla N° 74: Manual específico de funciones y competencias laborales Asesor Contable.....	163
Tabla N° 75: Manual específico de funciones y competencias laborales Community Manager.....	164
Tabla N° 76: Manual específico de funciones y competencias laborales Asistente administrativo.....	165
Tabla N° 77: Manual específico de funciones y competencias laborales Jefe de control de calidad.....	166
Tabla N° 78: Manual específico de funciones y competencias laborales Jefe de ventas.....	167
Tabla N° 79: Manual específico de funciones y competencias laborales Jefe de laboratorio.....	168
Tabla N° 80: Manual específico de funciones y competencias laborales Ingeniero químico.....	169

Tabla N°81: Manual específico de funciones y competencias laborales Operador.....	170
Tabla N°82: Manual específico de funciones y competencias laborales Vendedor.....	171
Tabla N° 83 Inversión Total.....	172
Tabla N°84 Total de inversión tangible desagregada.....	174
Tabla N°85 Depreciación de los tangibles.....	174
Tabla N°86 Total de inversión intangible desagregada.....	175
Tabla N°87 Capital de trabajo.....	175
Tabla N°88 Planilla de mano de obra directa por 5 años.....	176
Tabla N°89 Costo de Mano de Obra Indirecta – CIF.....	176
Tabla N°90 Gastos Administrativos.....	177
Tabla N°91 Gastos de Ventas.....	177
Tabla N°92 CIF Total de los 5 años.....	178
Tabla N°93 Estado de situación financiera.....	178
Tabla N°94 Estado de Resultado para 5 años.....	179
Tabla N°95 Determinación del punto de equilibrio.....	180
Tabla N°96 Ratios/ indicadores financieros.....	181
Tabla N°97 Aportes de los socios y Banco.....	182
Tabla N°98 Método Francés Financiamiento.....	182
Tabla N°99 Periodos de préstamo por el Banco.....	182
Tabla N° 100 Flujo de Caja Proyectada.....	186
Tabla N°101 Presupuesto Financiero.....	187
Tabla N°102 Indicadores de Van y TIR.....	187

INDICE DE GRÁFICO

Gráfico N° 1. Proyecciones macroeconómicas 2019 – 2020.....	25
Gráfico N° 2. Producto bruto interno por sector (2020-2023).....	26
Gráfico N° 3. Expectativas de inflación 12 meses.....	27
Gráfico N° 4. Encuestas de Expectativas Macroeconómicas: Inflación (%).....	27
Gráfico N° 5. Distribución de NSE por Zona APEIM 2018.....	28
Gráfico N° 6. Diferencias entre tipos de bombillas.....	33
Gráfico N° 7. Impacto negativo del uso de bolsas de plástico.....	34
Gráfico N° 8. Formula tamaño muestral población finita.....	50
Gráfico N° 9. Aplicación de la formula tamaño muestral población finita.....	50
Gráfico N° 10 Primera cara de la encuesta.....	52
Gráfico N° 11 Primera casa de la encuesta.....	53
Gráfico N° 12 Pregunta Filtro. ¿Cuál es su edad?.....	54
Gráfico N° 13 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su ingreso salarial mensual/persona?.....	55
Gráfico N° 14 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su distrito de residencia?.....	56
Gráfico N° 15 PREGUNTA 1. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?.....	57
Gráfico N° 16 PREGUNTA 2. ¿Con quién asiste a un SPA/centro de masajes?.....	58
Gráfico N° 17 PREGUNTA 3. ¿Qué días de la semana prefiere asistir a un SPA/centros de masajes?.....	59
Gráfico N° 18 PREGUNTA 4. ¿Cuál es el servicio que suele solicitar cuando asiste a un SPA/centro de masajes?.....	60
Gráfico N° 19 PREGUNTA 5. ¿Qué tipo de producto conoce para realizar un masaje?.....	61
Gráfico N° 20 PREGUNTA 6. ¿Qué aroma es de su agrado para realizar un masaje?.....	62
Gráfico N° 21 PREGUNTA 7. ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes?.....	63
Gráfico N° 22 PREGUNTA 8. ¿Cuánto tiempo suele solicitar para un masaje?.....	64
Gráfico N° 23 PREGUNTA 10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las novedades del SPA/centro de masajes?.....	65
Gráfico N° 24 PREGUNTA 11. ¿Si viaja, también tomaría como opción realizarse un masaje?.....	66

Gráfico N° 25 PREGUNTA 12. ¿Conoce o escucho en algún momento sobre una CERA DE VELA PARA MASAJES?.....	77
Gráfico N° 26 PREGUNTA 13. ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”?.....	68
Gráfico N° 27 PREGUNTA 14. ¿Cuál de estos atributos se te hace atractivo para el producto “CERA DE VELAS”?.....	69
Gráfico N° 28 PREGUNTA 15. ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?.....	70
Gráfico N° 29 Representación del aceite esencial FRUTAL.....	71
Gráfico N° 30 Representación del aceite esencial FLORAL.....	72
Gráfico N° 31 Representación del aceite esencial CITRICO.....	72
Gráfico N° 32 Representación del aceite esencial AMADERADO.....	73
Gráfico N° 33 Representación del aceite esencial AROMÁTICO.....	73
Gráfico N° 34 Representación del aceite esencial ORIENTALES.....	74
Gráfico N° 35 Representación de aplicación del producto.....	75
Gráfico N° 36 Presentación del producto.....	76
Gráfico N° 37 Pictograma del empaque.....	77
Gráfico N° 38 Simbología que más utilizaremos.....	77
Gráfico N° 39 Carrito de compras en nuestra página web.....	78
Gráfico N° 40 Representación del uniforme en el local.....	79
Gráfico N° 41 Representación del polo para activaciones fuera del local.....	80
Gráfico N° 42 Ubicación de local.....	84
Gráfico N° 43 Ubicación física de local.....	85
Gráfico N° 44 Imagen referencial del escaparate.....	86
Gráfico N° 45 Foto referencial del mostrador principal.....	87
Gráfico N° 46 Foto referencial del probador y exhibidor.....	88
Gráfico N° 47 Imagen referencial de la ambientación del local.....	89
Gráfico N° 48 Imagen referencial de la exhibición de productos.....	90

Gráfico N° 49 Foto referencial de publicidad en redes sociales.....	91
Gráfico N° 50 Foto referencial de publicidad en redes sociales.....	92
Gráfico N° 51 Foto referencial de publicidad en redes sociales.....	92
Gráfico N° 52 Logo Ozent's vela para masaje.....	93
Gráfico N° 53 Slogan Ozent's vela para masaje incluido en el logo.....	94
Gráfico N° 54 Foto referencial Fan page – Facebook.....	95
Gráfico N° 55 Foto referencial del Instagram.....	95
Gráfico N° 56 Foto referencial de la página web.....	96
Gráfico N° 57 Estrategias ANSOFF aplicada a la empresa.....	97
Gráfico N° 58 Cronograma basado en el diagrama de Gantt.....	105
Gráfico N° 59 Layout del primer nivel del local.....	108
Gráfico N° 60 Layout del segundo nivel del local.....	109
Gráfico N° 61 Leyenda de imágenes usadas en el Layout.....	110
Gráfico N° 62 Diagrama de flujo de atención al cliente.....	141
Gráfico N° 63 Diagrama de flujo de control de problema en la producción.....	142
Gráfico N° 64 Diagrama de flujo de control de estrategias propuestas.....	143
Gráfico N° 65 Diagrama de flujo de selección y contratación de personal certificado.....	144
Gráfico N° 66 Mesa de laboratorio – acero inoxidable.....	145
Gráfico N° 67 Gabinetes de laboratorio – acero inoxidable.....	146
Gráfico N° 68 Recibo por honorario asesor contable.....	159
Gráfico N° 69 Recibo por honorario Community manager.....	160
Gráfico N° 70 Organigrama inicial de “OZENT’S”.....	163

CAPITULO I

DEFINICION DEL NEGOCIO

1.1. Idea de negocio

La idea de negocio gira entorno a las personas que no cuentan con tiempo de ir a un centro de masajes como opción para liberar el estrés del día a día.

Personas que cuentan con un desgaste físico – mental, por causa del trabajo, estudio, incluso en el mismo hogar, así necesiten soluciones inmediatas.

Ronald Career Services Group (2019) afirma que:

El 74 % de peruanos cambiaría de trabajo a uno en donde fueran más felices. Esta cifra demuestra la insatisfacción en la que se encuentran muchos empleados, cuyas causas varían entre problemas con sus funciones laborales, con sus compañeros de equipo, entre otras. Sin embargo, hay un factor que también se debe considerar: las conductas negativas de un jefe.

Se requiere fomentar el bienestar y salud desde tu mismo hogar, llevando el spa a casa con el producto cera de vela cosmética utilizando la nanotecnología como ingrediente principal del producto, ayudando mucho al cuerpo aliviando dolores, tensiones musculares y evitar la ingesta en exceso de farmacéuticos que hoy en día se recetan mucho para ese tipo de casos.

Pontificia Universidad Católica del Perú (2019) afirma que:

El estrés es un enemigo silencioso y que el 80% de los peruanos sufren o han sufrido este mal. Quienes sufren mayor estrés son las mujeres es el 47.7% que afirmaron que lo sufren debido a factores de trabajo, labores en el hogar, y el mismo rol de ser madres.

Adicionalmente contamos con los conocimientos de la alumna e integrante de este proyecto Elizabeth Xiomara Bazo Zamora en cuanto a temas cosméticos, ya que asiste a ferias, congresos dentro y fuera del país, quien nos da una visión más clara del rubro.

1.2. Diagnóstico de la idea de negocio

En cuanto a nuestras estrategias a corto plazo, es hacer conocido el producto, notamos que hoy en día tanto las páginas web como las redes sociales tienen un alto potencial como decisores de compra al momento de que una persona va a realizar la adquisición de un producto y/o servicio, brindaremos nuestra propuesta de valor e indicaremos el diferenciador y por qué deberían comprar nuestro producto, brindando soluciones ante el problema de contar con un corto tiempo que pueda tener una persona en acudir a un centro de masajes para aliviar el estrés.

Nos preocupamos mucho por el medio ambiente es por ello que la cera es aplicada al cuerpo hasta su última gota, y el envase del mismo será a base de vidrio reutilizable, a diferencia que si utilizan una crema tópica será desechada y no contribuyendo así al medio ambiente.

La elección del personal idóneo para nuestra empresa contará además con capacitaciones en cada uno de las labores que realizarán, esto para un mejor desarrollo de las actividades laborales, así mismo la retención del talento humano es muy importante por lo general es la base para que nuestro cliente interno se sienta a gusto, feliz y satisfecho en su centro de trabajo.

En cuanto a nuestras operaciones se debe seguir un protocolo establecido en los procesos ya que el proceso de fabricar un producto cosmético debe seguir siempre parámetros de calidad y cualidades de alta exigencia, prendas e indumentaria correcta así mismo protocolo de higiene.

Así mismo se debe poner mucho énfasis en la logística tanto de entrada como de salida para un mayor control del trabajo que se va a realizar dentro de la empresa para evitar contaminación cruzada.

1.3. Justificación del plan de negocio

Hoy en día las personas buscan cuidar su cuerpo y también su mente, entienden que ambos aspectos son muy importantes y se preocupan por ello, todo lo que pase a su alrededor puede influenciar de una manera positiva pero también negativa en sus vidas.

La cera de vela cosmética con nanovectores no solo consta de un producto cosmético, sino que queremos llevarlo a que forme parte de la conexión que debe existir entre dos personas, esposos, padres e hijos, pareja, amigos y familiares, este momento debe ser agradable y placentero dejando de lado la carga de estrés que puedan tener ambos, formando un ambiente tranquilo y relajante. Con ellos no estamos vendiendo solo una vela, sino que estamos vendiendo un estado de armonía, relajación, bienestar, salud físico – mental y a la vez el cuidado de la piel que uno tanto busca.

Datos de la empresa:

Tabla N°1. Datos de la empresa

Nombre comercial:	OZENT'S velas para masajes
Razón social:	OZENTS VELAS SAC
Ruc:	20xxxxxxxxxx
Fecha de constitución:	xx-xx-xxxx
Condición:	Inactiva
Fecha de duración:	Indefinida
Domicilio fiscal:	Av. Paseo La Castellana 160
Distrito:	Santiago de Surco
Provincia:	Lima
Departamento:	Lima
Domicilio comercial:	Av. Paseo La Castellana 160
Actividad comercial:	CIU 5231 – venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador.
Teléfonos:	+51 987575957 - +51 976664311

Elaboración propia (2020)

1.4. Modelo de Negocio - CANVAS

Esta plantilla ayudará a saber la gestión estratégica de la empresa “OZENTS”, un gráfico visual donde podrán encontrar los elementos que describen perfectamente nuestro cliente, seguido por la propuesta de valor de la empresa donde especificamos los beneficios que la empresa ofrece a nuestros clientes.

La relación con los clientes describe el vínculo que tendremos con los clientes ya que será personalizada para poder despejar cualquier duda que tenga en base al producto, generando una conexión positiva y sobre todo queremos resaltar la comunicación que tendremos con ellos.

En cuanto a nuestros ingresos lo percibiremos por la venta del producto cera de vela cosmética para masajes, así mismo contaremos con ingresos de ventas de extractos y aceites esenciales para poder ser aplicado en la vela y dar un aroma según la preferencia del cliente.

Para aquellas personas que quieran percibir mediante un masaje las propiedades del producto y lo puedan llevar a casa, así mismo la facilidad de contar con medios de pago como transferencia bancaria y pago con tarjeta de crédito y débito Visa y MasterCard que son los más usados.

Para ser esto posible necesitaremos de nuestros recursos claves que se requiere para que el negocio funcione como es el capital inicial así poder obtener el local comercial, almacén, equipos de laboratorio y muebles, personal capacitado y los insumos con tecnología y materiales para realizar los productos.

El funcionamiento de la elaboración del producto contará con un control en los procesos, siguiendo con protocolos establecidos por la empresa, la contratación del personal idóneo para cada puesto y realizar constante publicidad serán nuestras actividades claves.

Nuestros socios estratégicos son sin duda nuestros proveedores, los cuales nos brindarán los mejores insumos del mercado para ser una empresa competitiva, como también son las instituciones que formaran parte del equipo de trabajo.

Trabajaremos mucho la parte lógica sobre el producto y sus múltiples beneficios, así como la parte emocional cuán importante es hoy en día trabajarlo creando un valor positivo para los clientes mediante un desempeño eficiente en nuestras labores así ser competitivos en esta industria cosmética.

<p>8. Socios Clave </p> <p>Proveedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ RLC Representaciones Quimicas SAC RUC. 20253462389 - Insumo Principal - Nanovectores ✓ CIPLAST Perú S.A.C RUC. 20107481860. Envases de vidrio y mechas ✓ Frutarom Perú S.A. RUC. 20563120135 - Extractos/Concentrados <p>Instituciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) ✓ Entes financieros. ✓ Municipalidad de Santiago de Surco. ✓ La Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (DIGEMID) 	<p>7. Actividades Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente siguiendo un protocolo establecido por la empresa. ✓ Control de los procesos del producto. ✓ Realizar publicidad constante en base a nuestro plan de marketing. ✓ Contratación de personal idóneo para cada puesto. 	<p>2. Propuesta de Valor </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bienestar ✓ Salud ✓ Cuidado de la piel ✓ Estatus 	<p>4. Relación con los Cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención personalizada desde la consulta del producto hasta la venta ✓ Realizar post venta mediante nuestra página web indicando métodos de uso (tutoriales). ✓ Generar una conexión positiva con el cliente. ✓ Comunicación periódica con los clientes frecuentes. <p>3. Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Local comercial ✓ Atención Telefónica ✓ Whatsapp ✓ Página web. ✓ Correos Electrónicos. ✓ Redes Sociales. ✓ Volantes y vales de descuento. 	<p>1. Segmentos de Clientes </p> <p>Edad: 25 años a 55 años Género: Hombre y Mujer. NSE: A y B Zona 7: Distritos de Santiago de Surco, San Borja y Miraflores</p> <p>Personas que cuidan su salud y les gusta probar productos nuevos para ser aplicado al cuerpo luego de un día de arduo trabajo.</p> <p>Que cuenten con ingresos promedio S/ 3 900 a S/ 7 700</p> <p>Estilo de vida:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Triunfadores - Modernas - Sofisticados <p>Son personas que les gusta cuidar de su salud y son cuidadosos al elegir un producto, desean sentirse bien y reconfortados</p>
<p>9. Estructura de Costes </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Financieros ✓ Costo de servicios. ✓ Costo de personal de planilla ✓ Compra de activos fijos ✓ Publicidad y marketing ✓ Servicio Telefónico 		<p>5. Flujo de Ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingresos por venta de productos (Personales, teléfono, online) ✓ Ingresos por venta de aroma (aceite esenciales) ✓ Medios de pago: efectivo, transferencia bancaria y visa o MasterCard. 		

CAPITULO II

DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1. Análisis del microentorno

El realizar un análisis microentorno es importante debido a que son aquellos agentes cercanos que llegan a influir para cubrir las necesidades del cliente.

2.1.1. Perfil de los clientes o consumidores

Nuestro perfil de cliente está dirigido para personas y familias con NSE “A” y “B” de la zona 7 de los distritos Santiago de Surco, San Borja y Miraflores.

A continuación, especificaremos el perfil de nuestro cliente.

Tabla N°3 Perfil de los clientes o consumidor

Variables	Descripción
Segmentación Geográfica	<p>Provincia: Lima Metropolitana</p> <p>Distritos: Santiago de Surco, Miraflores y San Borja.</p>
Segmentación Demográfica	<p>Edad: De 25 a 55 años</p> <p>Sexo: Hombres y Mujeres</p> <p>Generación: Generación Y, X y Millennials.</p> <p>Estado civil: Solteros(as), Parejas (casados, novios, convivientes o enamorados), divorciados(as), viudos(as).</p> <p>Religión: católica en su mayoría y cristiana.</p> <p>Nivel socio económico: A+ y B+, B-</p> <p>Nivel de ingresos: promedio general de ingresos mensual de familia.</p> <p>NSE: “A”: S/. 14,205 / “B”: S/.7,297</p> <p>Profesión u Educación: Personas con estudios superiores, que cuenten con un trabajo, oficio y otros.</p> <p>Nacionalidad: peruana o extranjera.</p>

<p>Segmentación Psicográfica</p>	<p>Estilo de vida: Sofisticados, Modernas y Triunfadores.</p> <p>Valores: Abierto al cambio, innovadores, modernos, educados, confían en sí mismo, optimistas.</p> <p>Intereses:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se preocupan por su imagen, salud y bienestar. <p>Gustos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les gusta ascender socialmente. • Le gusta disfrutar de su ganancia relajándose y comprando productos de su preferencia. • Le gusta estar a la moda y atentas a las tendencias. <p>Necesidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sentirse renovados y de buen ánimo. • Estar saludables física y mentalmente. • Mantenerse en forma y tener una vida saludable.
<p>Segmentación según su Comportamiento</p>	<p>Utilización del servicio: Las personas suelen acudir a Spas cuando necesitan relajarse o tienen algún dolor muscular mayormente es mensual o cada quincena. Lo realizan en sus tiempos libres y en un momento que se dedican a ellos mismos. Suelen sacar citas vía redes sociales o llamadas, su pago es con tarjeta o efectivo. Suelen acudir a lugares recomendados por sus amistades o que tengan productos y servicios en tendencia.</p> <p>Beneficios: El beneficio que buscan es mejorar su salud y bienestar acudiendo a lugares de relajación como un centro de spa que les ayuda a reducir el estrés, dolencias musculares, hace que se sientan bien emocionalmente. Buscan salir de su zona de confort y probar nuevos servicios.</p>

Elaboración propia (2019)

2.1.2. Perfil de competidores

Evaluando la competencia que tenemos en el distrito de Santiago de Surco como venta de producto cera de vela cosmética no tenemos, podemos observar productos sustitutos como aceites para masajes, cremas, pomadas para el dolor muscular como competencia indirecta.

Competidores Indirectos: ofrecen productos diferentes al nuestro, pero se encuentra cerca a nuestro establecimiento, son competidores indirectos ya que podrían tomar la opción de compra como producto “Sustitutos”.

2.1.3. Perfil de proveedores

O-ZENTS como empresa se caracteriza por tener productos de calidad, es por ello que cuenta con proveedores con certificaciones de los insumos así mismo un registro por parte de DIGEMID, con ello mantiene y hace constar que el producto cuenta con los cuidados necesarios para la piel.

Proveedores: Materia prima, nanovector, envases y embalaje del producto, entre otros.

Tabla N°4 Criterios para la evaluación de proveedores de insumos

CRITERIOS	RLC Representaciones Químicas SAC	Química Perú SAC	Soluciones Químicas SAC
Calidad del insumo	Muy buena	Muy buena	Buena
Certificación	SI	SI	NO
Página web con catálogo online	NO	SI	SI
Fiabilidad de información de la empresa	Muy Buena	Muy Buena	Muy buena
Forma de pago	Al contado/ deposito a cuenta	Al contado/ se paga por adelantado 30%/depósito bancario	Al contado/depósito bancario
Trasporte y embalaje	SI	SI	SI

Garantía	Si tiene	Si tiene	Si tiene
Cuenta con stock	SI	SI	SI
Descuento comercial	Si (5%)	No	No

Elaboración propia (2019)

La decisión fue tomada y nos quedamos con el proveedor RLC Representaciones químicas SAC, ya que nos brinda mayor beneficios y según el criterio de evaluación cuenta con el descuento comercial del 5%, pese a ser una buena referencia no podemos ignorar a Química Perú SAC como una segunda alternativa por si nuestro proveedor no cumple con lo acordado.

2.2. Análisis del macroentorno

El realizar un análisis macroentorno es muy importante debido a que evaluaremos la economía, la política, la sociedad, la tecnología y analizaremos los factores ambientales ya que son factores que comprende nuestra idea de negocio y nos ayudará a tomar decisiones, implementar estrategias y observar las oportunidades de nuestro mercado.

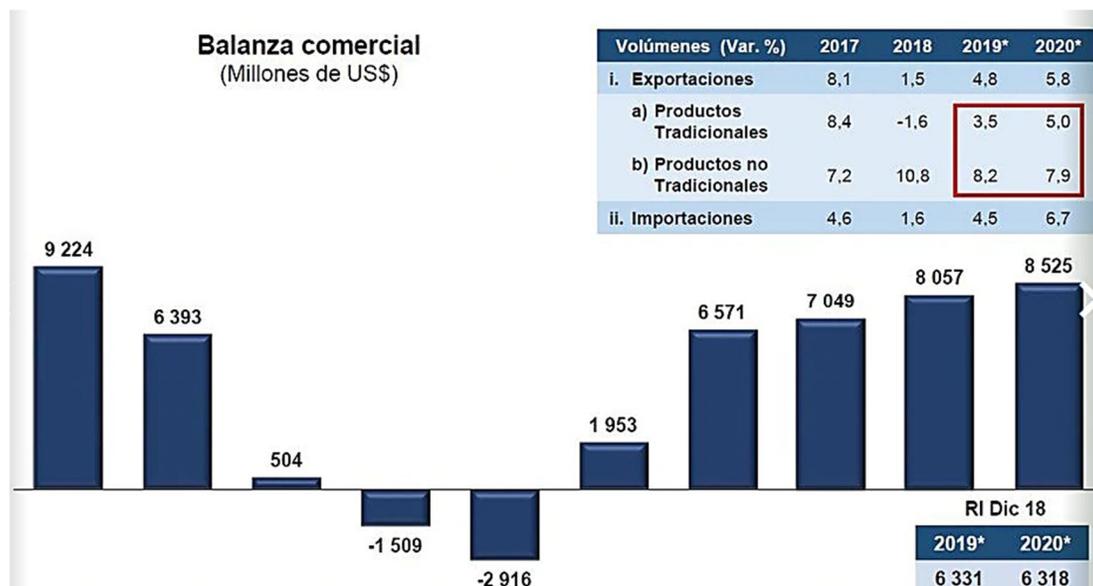
2.2.1. Factores económicos

En estos últimos años el crecimiento de la economía peruana a mejorado en cuando al PBI (Producto bruto interno)

Oliva (2019) sostiene que:

Actualmente nuestro PBI mantiene una proyección en un crecimiento del 4.2% para el 2019; esta aceleración del crecimiento económico está asociada a la inversión privada como uno de los motores del crecimiento de la economía, debido al mayor impulso de la inversión minera. De Marco Macroeconómico Multianual 2020 - 2023 (MMM) en el cual se proyecta un crecimiento del PBI de 4,4% en promedio para los próximos cuatro años, con una senda gradual de aceleración de 4,0% en 2020 a 5,0% en 2023. Con esta proyección se espera que el Perú continúe liderando el crecimiento en la región, a pesar del entorno internacional adverso. (MEF, Oficina de Comunicaciones)

Gráfico N°1. Proyecciones macroeconómicas 2019 - 2020



Fuente: BCR (2019)

Evaluación por sectores del crecimiento del producto bruto interno (PBI) en el gráfico N°2 podemos determinar que el sector comercio tiene una inclinación a crecer desde el año 2018 esto quiere decir que para el año 2023 estaría llegando a los 4.0% el cual es prospero para nuestro negocio.

Grafico N°2. Producto bruto interno por sector (2020-2023)

	Peso Año Base 2007	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Prom. 2020-2023
Agropecuario	6,0	7,8	3,8	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Agrícola	3,8	9,4	3,3	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Pecuario	2,2	5,5	4,5	4,1	4,0	4,0	4,0	4,0
Pesca	0,7	39,7	-17,5	8,4	2,3	2,4	2,6	3,9
Minería e hidrocarburos	14,4	-1,3	0,9	2,7	3,4	3,4	7,5	4,3
Minería metálica	12,1	-1,5	0,5	2,6	3,8	4,0	8,7	4,8
Hidrocarburos	2,2	0,0	3,1	3,6	1,7	0,0	0,0	1,3
Manufactura	16,5	6,2	-0,9	3,4	3,7	4,0	4,2	3,8
Primaria	4,1	13,2	-7,7	3,4	4,2	4,0	4,3	4,0
No primaria	12,4	3,7	1,9	3,4	3,6	4,0	4,2	3,8
Electricidad y agua	1,7	4,4	4,3	4,8	4,8	4,9	5,0	4,9
Construcción	5,1	5,4	4,6	6,0	5,4	6,0	6,2	5,9
Comercio	10,2	2,6	2,8	3,6	3,7	3,9	4,0	3,8
Servicios	37,1	4,5	4,4	4,8	4,9	5,1	5,2	5,0
PBI	100,0	4,0	3,0	4,0	4,2	4,5	5,0	4,4
PBI primario	25,2	3,3	0,1	3,3	3,7	3,6	6,1	4,1
PBI no primario¹	66,5	4,2	3,9	4,5	4,5	4,8	4,9	4,7

Fuente:BCRP, proyecciones MEF.

Napurí representante de Termatalia en Perú (2018), señaló:

El sector de centros de estética y spas tuvieron un desarrollo y tendrá un crecimiento de 15% anual, ante la mayor demanda del cuidado personal. En estos tiempos la industria del spa, este tipo de negocio está en auge y adaptable que viene ocupando espacios en los distintos servicios hoteleros y comerciales. (El economista América Perú)

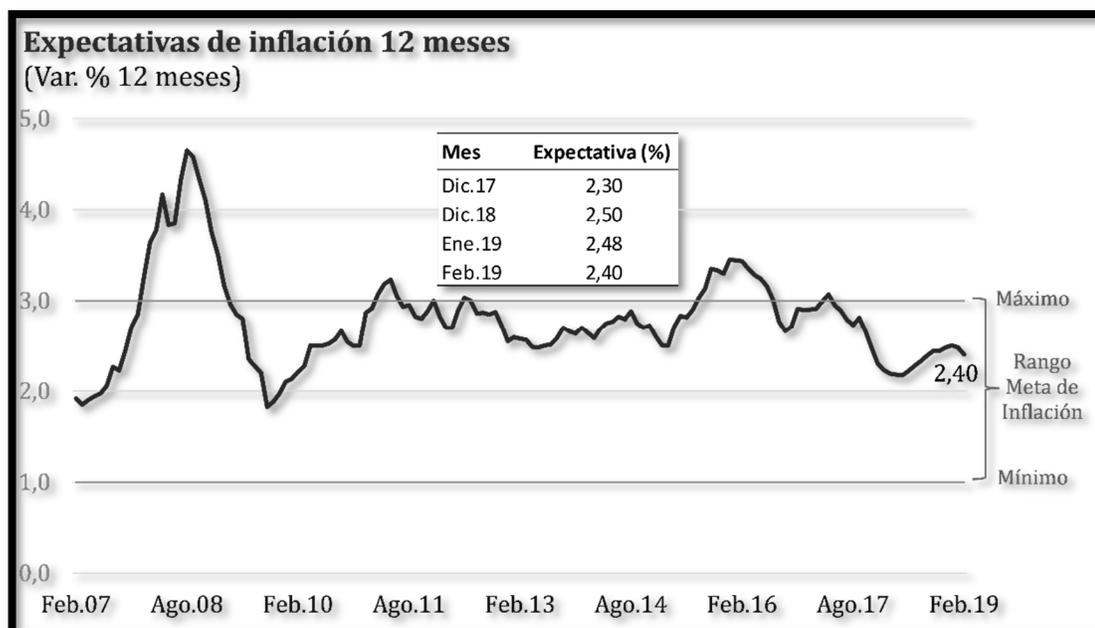
Inflación:

Banco Central de Reserva (2019) indica:

Las expectativas de inflación del sistema financiero y de los analistas económicos para los próximos 12 meses se ubicaron en 2.40% en febrero de 2019, menor a la previsión de 2.48% del mes previo. Las expectativas se mantienen dentro del rango meta desde marzo de 2017.

En cuanto a las proyecciones de inflación para 2019, los analistas económicos y las empresas del sistema financiero las redujeron. En el primer caso, la previsión bajó de 2.50% en enero a 2.35% en febrero; mientras en el segundo, fue disminuido de 2.45% en enero a 2.40% en febrero. Para 2020, ambos agentes económicos además de las empresas no financieras mantuvieron su proyección de inflación en 2.5%.

Gráfico N°3 Expectativas de inflación 12 meses



Fuentes: BCRP (2019)

Gráfico N°4 Encuestas de Expectativas Macroeconómicas: Inflación (%)

	Encuesta realizada al:		
	31 Dic.2018	31 Ene.2019	28 Feb.2019
Analistas Económicos 1/			
2019	2,50	2,50	2,35
2020	2,50	2,50	2,50
2021			2,50
Sistema Financiero 2/			
2019	2,50	2,45	2,40
2020	2,50	2,50	2,50
2021			2,50
Empresas No financieras 3/			
2019	2,50	2,50	2,50
2020	2,50	2,50	2,50
2021			2,50

Fuente: BCRP (2019)

2.2.2. Factores Socio cultural

En nuestro plan de negocio O-ZENTS cera de vela para masaje con nanovectores hemos analizado abarcar el NSC “A y B” de la zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina) que estaremos ubicados en uno de estos distritos para ello tendremos que realizar una evaluación por esas zonas que se encuentran en el sector de lima moderna.

Gráfico N°5. Distribución de NSE por Zona APEIM 2018

DISTRIBUCIÓN DE NSE POR ZONA APEIM 2018 - LIMA METROPOLITANA

PERSONAS - (%) HORIZONTALES

ZONA	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	4.3	23.4	42.6	24.1	5.6
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100	0	14.6	39.7	36.6	9.1
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.1	28.3	47.6	19.9	2.1
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	1.1	21.5	44.6	25.3	7.5
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	100	2.5	29.9	43.9	21.5	2.2
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	1.4	11.6	45.6	33.3	8.1
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	16.2	58.1	20.5	3.5	1.7
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	35.9	43.2	13.6	6.3	1
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	2	29.1	48.8	17.3	2.8
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100	0.5	7.9	52.2	31.6	7.8
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	100	1.4	19	46	24.4	9.2
Otros	100	0	9.9	47.6	32.7	9.8

Fuente: APEIM. (2018)

Podemos observar en el gráfico N°5 que la zona 7 al cual nuestro NSE está dirigido tiene de porcentaje 35.9% en “A” y 43.2% en “B” lo cual quiere decir que tenemos en promedio 79%, una gran población la cual podrían ser nuestros futuros clientes.

2.2.3. Factores Políticos y Legales

Las leyes son muy importantes y necesarias para el desarrollo de todo negocio y más el nuestro. También se deben tener en cuenta los documentos, regímenes, las licencias, permisos, pagos por impuestos, pago al personal, entre otros documentos que se requiera para la apertura y el funcionamiento del negocio.

El congreso de la República dio la siguientes Leyes (2018) nos indica:

Ley que establece la conformación y el funcionamiento de las redes integradas de Salud (RIS) que tiene como objetivo establecer el marco normativo para la conformación y el funcionamiento de las Redes Integrales de Salud a nivel nacional. Se debe tener en cuenta una de las siguientes definiciones que es una cartera de servicios de salud. Conjunto de las diferentes prestaciones de salud que brinda un establecimiento de salud y/o servicio médico de apoyo, basado en sus recursos humanos y recursos tecnológicos que responde a las necesidades de salud de la población y a las prioridades de políticas sanitarias sectoriales. Los establecimientos de salud son aquellos que realizan atención de salud en régimen ambulatorio o de internamiento, con fines de prevención, promoción, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación, para mantener o restablecer el estado de salud de las personas. (p.10)

Ley que fortalece la labor de los agentes comunitarios de salud que tiene como objetivo fortalecer y consolidar la labor de los agentes comunitarios de salud, como actores fundamentales en la implementación de la estrategia de atención primaria en salud en sus comunidades. Agentes comunitarios de salud Agentes comunitarios de salud son las personas elegidas o reconocidas por su comunidad, que realizan acciones voluntarias de promoción de la salud y prevención de enfermedades, en coordinación con el personal de la salud y otras instituciones.

Continuando con leyes vemos que el poder ejecutivo anunció sobre el nuevo decreto legislativo 1409 norma que tiene como objetivo de formalizar la micro, pequeña y mediana empresa realizando un nuevo régimen para ellas que se denominó Sociedad anónima cerrada simplificada (SACS).

“Tiene por finalidad promover una alternativa de formalización de actividades económicas solo de las personas naturales; es decir, se prohíbe la participación de personas jurídicas para este tipo de sociedad mercantil” (El Peruano, 2018)

Por otro lado, el Programa Innóvate Perú del Ministerio de la Producción (PRODUCE) otorgará subvenciones por más de S/ 2 millones para la ejecución de proyectos relacionados con la innovación, el emprendimiento y la obtención de certificaciones de sistemas de gestión.

Según Mi Pyme nos dice:

Así lo establecen las Resoluciones Ministeriales 099-2017-PRODUCE y N° 115-2018-PRODUCE/INNÓVATE PERÚ, publicadas en el diario oficial El Peruano. En la primera norma se indica que se otorgará la suma total de S/1 millón 055 696 para cofinanciar la ejecución de proyectos de innovación tecnológica, innovación productiva, innovación empresarial y validación y empaquetamiento de innovaciones que contribuirán a elevar la competitividad y productividad de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).

2.2.4. Factores Tecnológicos

Dispositivos que nos cuidan y embellecen

La relación entre belleza y tecnología discurre también por un segundo camino: la invención de aparatos inteligentes. Es el caso de HiMirror, un espejo equipado con software, cámara y pantalla LED a todo color, que realiza un análisis de la calidad de la piel. Cuenta, además, con WiFi, por lo que podemos conectarlo a nuestro smartphone para llevar un registro del tratamiento que estemos siguiendo a través de una app.

INEI (2017) nos indica que:

La encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2015, entre el 2012 y 2014, el 50.2% de las empresas peruanas del sector manufacturero lograron poner en marcha innovaciones tecnológicas y solo la mitad de esas innovaciones fueron realmente novedosas en el mercado nacional, pero tuvieron poco alcance en el mercado internacional.

Asimismo, se puede verificar que la gran mayoría de estas empresas no son capaces de adaptar y aprovechar las nuevas tecnologías que importan. Ello se explica por la poca inversión en investigación y desarrollo (I+D). En ese sentido, de acuerdo con el primer Censo Nacional de Investigación y Desarrollo a Centros de Investigación, que fue realizado por el INEI, en el Perú, la inversión en I+D solamente alcanzó el 0.8% del PIB en el año 2015 (CONCYTEC, 2017).

BIOTECNOLOGÍA: dentro de este concepto y tipo de tecnología, un moderno complejo tiene dentro tres moléculas anti edad, estas al lograr contacto con la luz natural llegan a un proceso de activación. Dicho

efecto hace que refuerza la protección contra la oxidación. También ayuda a mantener la producción de colágeno, para una siguiente acción afirmante.

PRECURSORES DE LA PIEL: tras más de 15 años de estudio científico, se llega a descubrir un depósito de células madre sobre la superficie de la piel, llamados entonces precursores. Dichos elementos forman las células que dan orígenes al colágeno y elastina pero a su vez estos disminuyen con la edad. A partir de ahí y en base a investigaciones se llega a desarrollar una fórmula cuyo principal elemento es un extracto de jazmín que tiene el poder de reactivar la formación de los precursores de la piel. Llegando así a inducir la síntesis de colágeno y elastina, dicho esto se llega a regenerar la piel desde las capas más profundas y se combaten las tan molestosas arrugas.

NANOTECNOLOGÍA: es todo un campo multidisciplinar dedicado de íntegro a la fabricación, control y manipulación de la materia dentro de una escala que oscila entre uno y cien nanómetros. Se trata entonces de una escala sub celular. Una gran parte de esta ciencia se dedica al diseño de materiales y productos nuevos, muchos de los cuales pueden tener una gran utilidad en el campo de la medicina y por lo tanto en la rama de la dermatología.

CÁPSULAS ROSAS: En marzo del presente año, Lancôme lanzará una nueva tecnología de encapsulación de las propiedades que contiene la rosa sublime, dicha se encuentra en una mascarilla en sérum de la línea Absolue L'Extrait. Todas estas propiedades son la resistencia, la vivacidad y la capacidad de adaptación. El encapsulado da paso a poder controlar la concentración de la esencia de rosa que se encuentra adentro de cada una de las perlas de la mascarilla.

FITOESTRÓGENOS NATURALES: desarrolla y promete la aparición de una novedad y elemento nuevo para aquellas pieles menopáusicas. Dermaglós tiene en estudio reciente una mezcla de Fito estrógenos naturales, estos elementos se obtienen del germen de la semilla de soja. Estos tienen la capacidad de poder recuperar la piel y revertir así todos los signos de envejecimiento presentes, además de tener una gran acción antiedad global presente. Promete un gran efecto regenerante y reestructurante de la piel.

2.2.5. Factores Ambientales

Consumo de energía aparatos eléctricos:

El uso irracional de los aparatos eléctricos que tenemos en casa puede afectar de manera considerable la facturación de nuestros recibos de luz cada mes. Lo que tendrá como resultado que parte de nuestra economía se vea afectada por este uso desmedido en el servicio de luz eléctrica.

Sergio Parco especialista de Servicio Técnico de Indurama (2018) nos enseña que:

La forma más eficiente de como poder calcular el consumo de energía de nuestros electrodomésticos en casa.

Él nos dice: Para lograr un cálculo de nuestro recibo de luz a fin de mes podemos revisar la potencia en kilowatts (KW) de cada artefacto, o watts (W) y dividirla entre 1,000. Luego se calculará la cantidad de horas de uso por día al mes. Finalmente, solo tenemos que multiplicar por la tarifa de luz de la compañía eléctrica.

Iluminación:

La tecnología LED ha dado lugar a un tipo de iluminación ecológica que ayuda a cuidar del medio ambiente. Toda la luminaria LED es mucho más eficiente que la convencional, incluso que la de bajo consumo, básicamente por los materiales que la componen y por su manera de producir luz.

Según este blog nos muestra la importancia de contar con iluminación LED los cuales son los siguientes:

- La iluminación LED es energéticamente más eficiente.
- Las bombillas LED duran más.
- Los LED son más coloridos.
- La iluminación ecológica LED es más silenciosa.
- Las bombillas LED son seguras.
- La luz de las bombillas de luz LED está enfocada.
- La LED es la mejor opción para regular la intensidad de la luz.
- Los LED son versátiles.
- Las bombillas de luz LED se encienden inmediatamente.
- Prometen un futuro más brillante.

Gráfico N° 6. Diferencias entre tipos de bombillas

INCANDESCENTE	HALÓGENA	FLUORESCENTE	LED
30W	25W	8W	3W
60W	50W	14W	8W
75W	60W	17W	12W

Fuente: VCP (2019)

El portal VCP Led (2018) nos dice:

Las luces LED capturarán el 60% de la demanda alrededor del mundo en cuanto a temas de iluminación, este cambio no solo será motivado por una respuesta de las personas en todo el mundo frente al cambio climático, si no que tendrá como punto fuerte los beneficios que la iluminación LED nos brindará.

Walther Reátegui, docente de ESAN (2018) no informa que:

Las tendencias ambientales vienen tomando cuerpo en la gestión empresarial, observándose un esfuerzo sistemático para establecer políticas, procesos y presupuestos. Todo esto con el objetivo de integrarse al gran esfuerzo global hacia la conservación y aseguramiento futuro del medio ambiente.

La utilización de plástico de un solo uso en el Perú se inició cuando en diciembre del 2018 el Congreso de la República aprobó la ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables en el país. Desde que el plástico se dio a conocer y entonces empezó su uso de forma desmedida, ha generado a lo largo de tiempo un efecto negativo a lo que ecosistema se refiere e incrementó el impacto en la contaminación ambiental. Ante todo, ello aparece alternativas tales como el uso de bolsas de tela las cuales son representación de un material amigable para lo que representa el tema relacionado al medio ambiente en el país y el impacto que puede generar a la sociedad peruana.

Marisol Núñez, docente de la UPCH (2019) no refiere que:

Si de por sí los componentes del plástico son un problema, porque no son capaces de degradarse o disolverse en sus componentes químicos originales, lo agrava su uso desmedido ya que las personas las hacen parte de su vida de una manera innecesaria.

Gráfico N° 6. Impacto negativo del uso de bolsas de plástico.

**DI NO A LAS
BOLSAS DE PLÁSTICO**
THE HAPPENING.COM

EL IMPACTO

↓


1 trillón es el número de bolsas que se producen en el mundo.


1000 años es el tiempo que tarda 1 bolsa de plástico en degradarse.


46,000 es el número de bolsas que terminan en los océanos.


Para fabricar las bolsas se necesita 8% de la producción mundial de petróleo.


100,000 el número de animales marinos que mueren al año como resultado de las bolsas de plástico.

LA SOLUCIÓN

↓


Cambia las bolsas de plástico por bolsas de tela.


Se evita la extracción del petróleo destinado a la industria del plástico.


Se evita deceso de la fauna silvestre (salvas el mar, pescados, delfines y hasta aves).


Se reduce el consumo de energía, lo que significa menor contaminación y menos uso de productos no renovables.

**SÍ A LAS
BOLSAS DE TELA**

Fuente: The happening (2018)

CAPITULO III

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

En este capítulo definiremos la dirección estratégico y enfoque de la empresa hará para la toma de decisiones, así obtener una visión clara en base al objetivo general y objetivos específicos

3.1. Misión

Brindar salud, bienestar y renovación plena a personas que llevan una vida muy agitada, dando como solución nuestros misiles terapéuticos mediante la innovación de la cera de vela.

3.2. Visión

Ser una empresa competitiva y establecernos en el mercado siendo la número 1 en la elaboración de cera de vela cosmética con nanovectores, al finalizar el periodo 2025 poder importar y competir con industrias extranjeras.

3.3. Valores

- **Ética profesional:** el comportamiento deseable como empresa para regular las actividades que se realicen dentro del marco profesional.
- **Transparencia:** transmitir de forma clara y concisa el mensaje del producto que brindamos.
- **Diferencia:** Brindando un producto novedoso y personalizado así mismo con nuestro equipo de trabajo que se sientan únicos.
- **Innovación:** Cambiar y evolucionar a ser mejores cosas cada día

3.4. Objetivos estratégicos generales

Objetivo General:

Llegar a ser una empresa rentable y competitiva en el mercado, brindando un producto innovador y diferenciado por las propiedades nanotecnológicas y que sea el agrado del cliente.

3.4.1. Objetivos específicos (SMART)

- Captar el 80% de nuestros clientes vía online, redes sociales que será nuestra plataforma estrella para que ingresen a nuestra web.
- Aumentar el tráfico al sitio web en un 30% en los primeros 5 meses, subiendo tutoriales de la aplicación del producto y temas de interés.
- Lograr un crecimiento de ventas anual del 10% a partir del segundo año.
- A partir del 2do año participar en 2 congresos de cosmética internacionales y 8 eventos nacionales en el año así promocionar nuestra marca.
- Lograr que al menos el 50% de nuestros clientes suban fotografías del producto haciendo referencia y recomendándolo en el primer año, posteriormente que este vaya aumentando.
- Realizar 6 activaciones de marca cada año así dar a conocer el producto, beneficios, tendencia y novedades.
- En el primer año lograr ser invitados al menos 1 vez al mes a distintos eventos de cosmética para poder así promocionar nuestra marca.

3.5. Matriz FODA

La matriz FODA tiene por objetivo darnos a conocer los factores claves para el éxito del negocio contando con los aspectos positivos y negativos que nuestra empresa.

Tabla N°5. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto innovador y diferenciado 2. Personal con experiencia en la elaboración del producto cosmético 3. Calidad y estándares en los insumos y materiales. 4. Insumos tecnológicos beneficiosos para la salud con estándares de calidad. 5. Obtener una base de datos mediante el tráfico en la página web. 6. Atención personalizada mediante un chat box. 7. Protocolo y políticas establecidas. 8. Infraestructura amplia y apropiada para el laboratorio, almacén y local comercial 9. Contar con local en alquiler (precio en ocasión). 10. Ubicación estratégica en Av. Paseo la castellana 160, Santiago de Surco. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materia prima de acceso limitado, contamos con escasos proveedor. 2. Producto nuevo en el mercado, elevado costo de marketing 3. No contar con el servicio de delivery 4. Ausencia de un software para el manejo de inventario de los productos. 5. Falta de variedad en lo que ofrecemos. 6. Falta de posicionamiento en el mercado.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar la tecnología e internet para lograr crecimiento en ventas y reducción de costos. 2. Lograr una mayor participación de mercado 3. Ofrecer el producto a otros segmentos de mercado, expansión a otros mercados geográficos. 4. Crecimiento debido al aumento en la demanda del producto. 5. Los gastos en cuidado de imagen y salud en el NSE “A” y “B” en promedio es de s/.400 soles por familia. 6. Tendencia en cuidado de la piel 7. Tendencia actual del cuidado del medio ambiente. 8. Financiamiento por parte del Ministerio de producción a través de programas de emprendimiento, como Innóvate Perú 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad política en el país. 2. Reducción de oferta e incremento de precio en la materia prima principal. 3. Limitación en la innovación tecnológica en el desarrollo del Perú. 4. Altos costos para la adquisición de máquinas y equipos tecnológicos profesionales. 5. El personal contratado para el laboratorio puede vender nuestra idea de negocio. 6. Otros productos para masajes muy populares. 7. Aumento de delincuencia en zona donde el local está ubicado.

Elaboración propia. (2020)

3.5.1. Matriz FODA CRUZADO

La matriz FODA CRUZADO tiene por objetivo darnos a conocer las estrategias que vamos a emplear en el negocio de acuerdo a la situación real de la empresa, analizando la situación interna y externa mediante una matriz.

Tabla N°6. Matriz cruzada FODA

FO	DO
<p>F1 – O2: Aprovechar el producto innovador para resaltar atributos que otros productos no puedan tener.</p> <p>F5 – O7: Mediante la base de datos podemos determinar clientes que estén dispuestos al cuidado del medio ambiente y brindarle un descuento o promoción especial por el envase reciclado que utilizamos.</p> <p>F10 – O8: Poder emprender más proyectos y dar a conocer el proyecto afuera del local ya que es una ubicación estratégica.</p>	<p>D1 – O3: Asociarnos a otra empresa para la venta del producto en otro país, obteniendo incluso importación del producto y mayor rentabilidad del mismo.</p> <p>D3 – O4: Contar con un número de motorizados por sectores para que manejen el delivery en el sector ya que la ubicación está en un punto estratégico.</p> <p>D2 – O6: Aprovechar el interés de las personas en el cuidado de su cuerpo que ingresarían a un link que va directamente a nuestra web y podríamos reducir los costos de marketing pagado.</p>
FA	DA
<p>F7 – A5: Establecer una política de confiabilidad con pena de cárcel a través de una demanda judicial.</p> <p>F4 – A6: Capacidad de diferenciarnos respecto a otros productos ya populares. Pues la vela, contará con propiedades para la salud que otro difícilmente disponga.</p>	<p>D1 – A2: Buscar materia prima sustituta, que cuente con los mismos beneficios u optar por importar la materia prima e insumos para la elaboración del producto.</p> <p>D4 – A3: Poder adquirir tecnología fuera del país ya que necesitamos un software para el inventario por la cantidad de productos que venderemos.</p>

Elaboración propia (2020)

3.6. Estrategia Genérica de Porter

Poder de negociación con los clientes

En la ciudad de Lima, existen personas con distintos intereses. Un gran número de ellos son aquellas personas que se preocupan por el cuidado de su piel y la de los suyos. Este grupo de gente tienen muchas maneras de satisfacer esta necesidad, pero una de la más populares, es haciendo uso del servicio brindado por un centro de masajes. Dichos centros, aplican a menudo productos que son utilizados para un correcto trato a la piel.

Siendo un producto nuevo, no conocemos las características de los que ya son comercializados en el mercado. Decidimos proponer algunas nuevas, que permitan mejorar la satisfacción de un consumidor exigente y cuidadoso.

Se conoce que las opciones que se tienen al momento de querer adquirir un producto que sea útil para aplicar un masaje, no es amplia. Además, los productos ya existentes, como cremas y aceites, poseen características similares. Esto nos permite ingresar al rubro con una propuesta diferente, que cumpla todo lo que el cliente conoce, además brindar otras propiedades positivas.

Este rubro cuenta con distintos tipos de cliente, que son segmentados por edad, preferencias, consumos, ingresos, entre otros. Ante esto, se busca un fuerte vínculo con el consumidor, a través del producto. Pues esto permitiría expandirnos y ser masivos en lo que respecta a las ventas.

La psicología del consumidor también es un punto muy importante para determinar la influencia que estos tienen en el mercado. Es por eso que se debe comprender y analizar quiénes son los que forman parte de su decisión al momento de realizar una compra. A continuación, en el siguiente cuadro se puede observar los grupos que influyen sobre los clientes en estas decisiones.

Tabla N° 7. Influencia en la psicología del consumidor

Grupo Primario	La familia causa ciertas costumbres con las mismas personas que conforman este grupo. De alguna forma, estos influyen en la decisión sobre qué comprar en el consumidor.
Grupo Secundario	Las amistades, debido al tiempo que comparten con el consumidor, son parte de su decisión de compra. Esto puede permitir o limitar la decisión del consumidor, dependiendo sea el caso.
Grupo Terciario	Los medios de comunicación tienen la capacidad de confirmar o cambiar rotundamente la expectativa que un consumidor puede tener respecto a un producto o servicio.

Elaboración propia (2020)

Poder de negociación con proveedores

Un punto clave para ser competitivos en el mercado es poder contar con proveedores adecuados.

Aparte de la calidad de los insumos y materiales a usar, esto significa estar siempre correctamente abastecidos. Los recursos necesarios para la producción del producto pueden ser adquiridos en centros de belleza, mayoristas, entre otros, que estén en la capacidad de ofrecer lo solicitado para asegurar una buena calidad, en donde el precio también es un factor importante a tomar en cuenta a la hora de negociar.

Se es consciente de los productos de mala calidad y dudosa procedencia ofrecidos, que intentan convencer a los compradores ofreciendo un precio menor al promedio. Es por eso que se escogerán a los proveedores de una manera minuciosa, para evitar un producto final inútil, sobre todo si se trata de salud, como es la piel.

La calidad y las múltiples opciones de insumos con lo que se dispondrá en esta actividad, son muy importantes; pues de éstos depende la diferenciación entre una empresa y otra. Uno de los puntos más resaltantes son los costos de adquisición de los distintos insumos a usar. Se tiene en cuenta que los proveedores de este rubro no suelen negociar notoriamente sus precios, sin embargo, éste no será un impedimento para tener los necesarios y, que, a su vez, ofrezcan calidad eficiente. Lo ideal es contar con una cantidad de proveedores adecuada, expertos en el insumo que ofrezcan, con certificados que avalen lo mencionado y con canales de comunicación correctamente ejecutados para un trato exitoso.

Poder de entrada de nuevos competidores

Si bien es cierto que el producto a ofrecer no está siendo comercializado, ya existen algunos otros que satisfacen la misma necesidad, esto sin tener en cuenta la posible entrada de competidores directos a raíz de nuestro ingreso. Además, se toma en cuenta que, a pesar del tiempo en el mercado de la competencia, aún existen puntos débiles, tales como servicio, nivel de satisfacción por parte del consumidor, materiales usados para hacer el producto, entre otros.

Dichos puntos críticos nos permiten establecer mejores estrategias para adquirir cierta ventaja respecto a la competencia, pues, a su vez, nos permite darnos cuenta de las cosas que no deberíamos hacer o tomar en cuenta, sobre todo si somos nuevos en este rubro. También es conocida la manera en la que estos competidores captan la atención del consumidor, ya sea por reducción de precios, aumento de publicidad, servicio post-venta, en otras más.

Actualmente, el mercado está abierto a recibir nuevas propuestas, como productos y servicios. Pero, una de las condiciones a tomar por parte de los aspirantes es saber diferenciarse positivamente de la competencia. Ésta no es una tarea fácil, pues los productos usados ya están lo suficientemente comercializados, y desplazarlos significa una inversión de tiempo y dinero.

Amenaza de entrada de nuevos sustitutos

Existe una gran cantidad de sustitutos siendo comercializados en el mercado, tales como el aceite, cremas, bálsamo, entre otros productos usados en una sesión de masajes. Estos productos sustitutos también pueden ser útiles si queremos medir el nivel de aceptación del mercado actual, pues la finalidad de los mismos es similar a lo que se propone.

También se es consciente que, al sacar un producto nuevo al mercado, corra el riesgo de que otros imiten o intenten mejorar lo ofrecido, aunque esto es complicado, pues el producto a lanzar cuenta con características especiales, como la presencia de nano vector.

Implementar estrategias de forma eficiente es una buena manera de contrarrestar la amenaza de nuevos sustitutos, entre una de ellas está la continua mejora de campañas de publicidad, más aun siendo primerizos en el rubro.

Cabe resaltar que el producto a lanzar, tiene características diferentes, por lo que el resultado de una sesión de masajes usando cera de vela cosmética, muestra una disminución de los inconvenientes causados por los productos actuales.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre la competencia es y seguirá siendo alta, pues los productos en este rubro son muy solicitados por diversos centros de masajes, centros terapéuticos y spas. La fijación de precios también es otro importante factor, ya que son muy similares entre sí, lo que permite que el consumidor se interese en otros aspectos, como el material, características, propiedades, beneficios para la salud, entre otros,

La capacidad de estudiar y analizar a la competencia puede servir para tomar ciertas medidas que nos podría en ventaja respecto a ellos, ya sea brindando nuevas y mejores características en el producto, una mejor campaña publicitaria, etc. Esto puede llevar a que este rubro cambie rotundamente, generando así la aparición o desaparición de empresas.

Por lo mencionado anteriormente, se debe definir con claridad a quiénes van dirigido el producto, y así determinar propuestas de valor correspondientes, que permitan lograr satisfactoriamente lo deseado. En la actualidad, se ejecutan estrategias que afectan a los precios por parte de empresas estables, esto, con la finalidad de retirar del mercado, a pequeñas o nuevas empresas que no toleren un cambio negativo en sus ganancias. En este rubro, esto no sería muy útil, pues los precios entre los productos existentes son similares, lo que conlleva a que la característica principal para los consumidores sea el producto en sí, punto donde entra a tallar notablemente la cera de vela cosmética.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado lo llevamos a cabo con la técnica de investigación cuantitativa, realizaremos las encuestas en la zona 7 dirigido a los distritos: Santiago de Surco, San Borja y Miraflores del nivel socioeconómico A y B.

Contamos como objetivo de investigación poder identificar las preferencias y gustos de los clientes para esta clase de producto.

4.1.1. Perfil del cliente objetivo

Tabla N°8. Perfil del cliente objetivo

Segmentación Demográfica	Hombre y mujeres de 25 a 55 años del nivel socioeconómico A y B.
Segmentación Geográfica	Habitantes del distrito de Santiago de Surco y alrededores (Miraflores y San Borja).
Segmentación Psicográfica	Hombres y mujeres con un estilo de vida sofisticado, modernas y triunfadoras, que valoran su imagen y salud en todo sentido. Buscando su bienestar y relajación personal.
Segmentación Conductual	Personas que se den un tiempo para poder relajarse y quieran mejorar su estado físico mental.

Elaboración propia (2020)

4.1.2. Segmentación del mercado objetivo

Tabla N°9. Distribución por rango de edades en el distrito de Santiago de Surco, Miraflores y San Borja

Rango de edades	%	Población		
		Surco	Miraflores	San Borja
Todas las edades	100%	360,400.00	107,800.00	122,900.00
25 - 55 años	27.70%	99,830.80	29,860.60	34,043.30
TOTAL	27.70%	99,830.80	29,860.60	34,043.30

Fuente: Elaboración propia, según datos del CPI (2020)

El criterio de segmentación para las edades, se define el rango de entre 25 – 55 años. De la tabla N°9 se puede identificar que el rango de edades de acuerdo al NSE de A y B que representa el 27.70% de la población al cual nos estamos dirigiendo que son a los distritos Surco, San Borja y Miraflores.

Mercado Potencial:

“OZENTS” cera de vela para masajes va dirigido a los distritos Santiago de Surco, Miraflores y San Borja de las edades 25 – 55 años del NSE A y B, lo cual vemos en la tabla N°10 que tenemos un mercado potencial total de 163,734.70.

Tabla N°10 Distribución por edades y distritos

Personas de 25 - 55 años	Población
Santiago de Surco	99,830.80
Miraflores	29,860.60
San Borja	34,043.30
TOTAL	163,734.70

Fuente: Elaboración propia, según datos del CPI (2020)

Mercado disponible:

Tabla N°11. Pregunta N°1 ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?

Pregunta N°2	%
a) una vez a la semana	5%
b) más de una vez a la semana	20%
c) una vez al mes	36%
d) más de dos veces al mes	38%
TOTAL	100%

Elaboración propia (2020)

Tabla N°12. Mercado potencial y mercado disponible

Mercado Potencial	163,735
Respuestas a, b y c (%)	61%
Mercado Disponible	99,878

Elaboración propia (2020)

Podemos observar en la tabla N°12 los resultados del mercado disponible que fue hallado por el mercado potencial y del porcentaje de las 3 primeras respuestas de la encuesta lo cual nos da como resultado de mercado disponible un total de 99,878 de población que asiste una vez al mes y más de una vez a la semana a centros de masajes.

Mercado efectivo:

Tabla N°13. Pregunta N°13 ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”?

Pregunta N° 13	%
a) si	99%
b) no	1%
TOTAL	100%

Elaboración propia (2020)

Tabla N°14. Mercado Efectivo

Personas	99,878
Respuesta SI (%)	99%
Mercado Efectivo	98,879.39

Elaboración propia (2020)

Para poder hallar nuestro mercado efectivo hemos optado por la pregunta N°13 de la encuesta, la cual nos indica una aceptación del 99% de las personas encuestadas que Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”

Mercado Objetivo:

Determinamos que el porcentaje de participación esperada es de 5%

Tabla N°15. Mercado Objetivo

Personas (Mercado Efectivo)	98,879
Participación (%)	5%
Mercado Objetivo	4,944

Elaboración propia (2020)

4.2. Estimación de la demanda

Tabla N°16. Representatividad de la investigación

Representatividad de la investigación			
Total LIMA	Distritos para investigar:		Representatividad
	Santiago de Surco	99,831	
	Miraflores	29,861	
	San Borja	34,043	
10,580,900.00		163,735	1.55%

Elaboración propia (2020)

4.2.1. Determinación del tamaño de la muestra

Tabla N°17. Determinación de tamaño de muestra

Determinación del tamaño de muestra		
N: Población	163,735	
K: Porcentaje de confianza	1.96	95%
P: Variabilidad positiva	0.5	50%
Q: Variabilidad Negativa	0.5	50%
E: Porcentaje de error	0.05	5%
n: muestra		

Elaboración propia (2020)

Formula:

Gráfico N° 8. Formula tamaño muestral población finita

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

Fuente: Estudios Mercado (2015)

Aplicando la formula ya mencionada, basada en las cifras de la tabla N°17. Determinación de tamaño de muestra damos por resultado 383.90 encuestas.

Gráfico N° 9. Aplicación de la formula tamaño muestral población finita

$$n: \frac{(1.96)^2(0.5)(1-0.5)(163735)}{(163735)(0.5)^2+(1.96)^2(0.5)(1-0.5)} = 383.90$$

Elaboración propia (2020)

Tabla N°18. Distribución de encuestas

Distribución de encuestas			
DISTRITOS	TOTAL DE POBLACIÓN	%	N° Encuestas
SANTIAGO DE SURCO	99,831	61%	234.07
MIRAFLORES	29,861	18%	70.01
SAN BORJA	34,043	21%	79.82
TOTAL	163,735	100%	383.90

Elaboración propia (2020)

4.2.2. Técnica de investigación y tabulación de resultados

En la presente investigación de mercado se realizó una investigación cuantitativa de 384 encuestas que se realizó en un lapso de 7 días, en los distritos especificados en la tabla N°29. La encuesta se podrá encontrar en el anexo 2, a continuación, se presenta la ficha técnica y los objetivos de la encuesta.

Tabla N°19 Ficha Técnica de investigación cuantitativa

Características	Estudio
Persona natural que realizaron la encuesta:	Los integrantes que realizan esta encuesta.
Universo	Mujeres y hombres de 25 a 55 años residentes en los distritos Surco, San Borja y Miraflores de NSE A y B que les guste cuidar su imagen y se preocupen por su bienestar.
Tipo de muestreo	Probabilístico presenciales aleatorio estratificado
Tamaño de la muestra	384 encuestas
Técnica de recolección de datos	Se realizó las encuestas cara a cara
Preguntas formuladas	15 preguntas
Periodo de trabajo	Del 7 de enero al 13 de enero 2020

Elaboración propia (2020)

Encuestas:

Gráfico N° 10 Primera cara de la encuesta

ENCUESTA "OZENT'S" N°

Buenos días mi nombre es quisiera contar con su apoyo para la realización de esta encuesta, nos tomará unos minutos de su tiempo.

INDICACIONES:
- Marque con (X) la respuesta de su preferencia.

PREGUNTAS FILTRO:

Nombre y Apellidos: _____ Teléfono: _____

Edad: 25 – 35 () 36 – 45 () 46 – 55 ()

Ingreso salarial mensual/persona:
S/ 1,201 – S/ 1,500 () S/ 1,501 – S/ 2,000 () S/ 2,001 – 4,000 () S/ 4,001 – más ()

Distrito de residencia: Surco () San Borja () Miraflores () Otros ()

1. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?

A. Una vez a la semana
B. Más de una vez a la semana
C. Una vez al mes
D. Más de dos veces al mes

2. ¿Con quién asiste a un SPA/centro de masajes?

A. Solo (a)
B. Con su pareja
C. Con la familia
D. Amigos

3. ¿Qué días de la semana prefiere asistir a un SPA/centros de masajes?

A. inicio de semana (lunes y martes)
B. Mitad de semana (miércoles y jueves)
C. Fines de semana (viernes, sábado y Domingo)
D. Fechas especiales (Feriados y Festivos)

4. ¿Cuál es el servicio que suele solicitar cuando asiste a un SPA/centro de masajes? **PUEDE MARCAR MÁS DE UNA ALTERNATIVA**

A. Masajes (VARIOS)
B. Tratamientos Faciales
C. Tratamientos corporales
D. Tratamientos de Fisioterapia
E. Rituales de SPA

5. ¿Qué tipo de producto conoce para realizar un masaje? **PUEDE MARCAR MÁS DE UNA ALTERNATIVA**

A. Aceite para masaje
B. Crema para masaje
C. Bálsamo corporal (*Aceite vegetal*)

D. Aceites esenciales (*Aceites aromáticos*)
E. Otros _____

6. ¿Qué aroma es de su agrado para realizar un masaje? **PUEDE MARCAR MÁS DE UNA ALTERNATIVA**

A. Frutal
B. Floral
C. Cítrico
D. Amaderado
E. Aromático
F. Orientales

7. ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes? **MARQUE EL GASTO POR PERSONA**

A. S/ 60.00 – S/ 80.00
B. S/ 81.00 – S/ 100.00
C. S/ 101.00 – S/ 150.00
D. S/ 151.00 – más

8. ¿Cuánto tiempo suele solicitar para un masaje?

A. 30 minutos
B. 1 hora
C. Más de 1 hora

9. En la escala del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 menos importante. ¿Qué es lo que más valora en el servicio?

A. Amabilidad del personal ()
B. Variedad del servicio ()
C. Calidad de los materiales utilizados ()
D. Atención personalizada ()

Elaboración Propia (2020)

Gráfico N° 11 Segunda cara de la encuesta

ENCUESTA "OZENT'S" N°

E. Servicio post venta ()

B. Regalos / Sorpresas ()

10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las novedades del SPA/centro de masajes? **PUEDE MARCAR MÁS DE UNA ALTERNATIVA**

A. Llamada telefónica

B. Redes sociales (facebook, instagram)

C. WhatsApp

D. Página Web – online

E. Directamente en el local

11. ¿Si viaja, también tomaría como opción realizarse un masaje?

A. Si

B. Lo pensaría

C. No

12. ¿Conoce o escucho en algún momento sobre una CERA DE VELA PARA MASAJES?

SI NO

Nuestro entrevistador le mostrará un video (Pitch MVP) de no más de 2 minutos para explicarle nuestra idea de negocio.

13. ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio "CERA DE VELA – OZENT'S"?

SI NO

13. ¿Compraría el producto para llevarlo a casa si es que se le brinda un tutorial para la aplicación?

A. Si lo llevaría a casa

B. NO, no tengo interés

14. ¿Cuál de estos atributos se te hace atractivo para el producto "CERA DE VELAS"? **PUEDE MARCAR MÁS DE UNA ALTERNATIVA**

A. No es grasoso

B. Hidrata y nutre la piel

C. Contiene sustancias terapéuticas

D. Textura suave al finalizar el masaje

E. Aroma agradable

F. Envase del producto

15. ¿Cuánto pagarías por el producto "CERA DE VELAS"?

A. S/ 25.00 – S/ 35.00

B. S/ 36.00 – S/ 45.00

C. S/ 46.00 – S/ 55.00

D. S/ 56.00 – más

GRACIAS POR SU TIEMPO

Tabulación resultados:

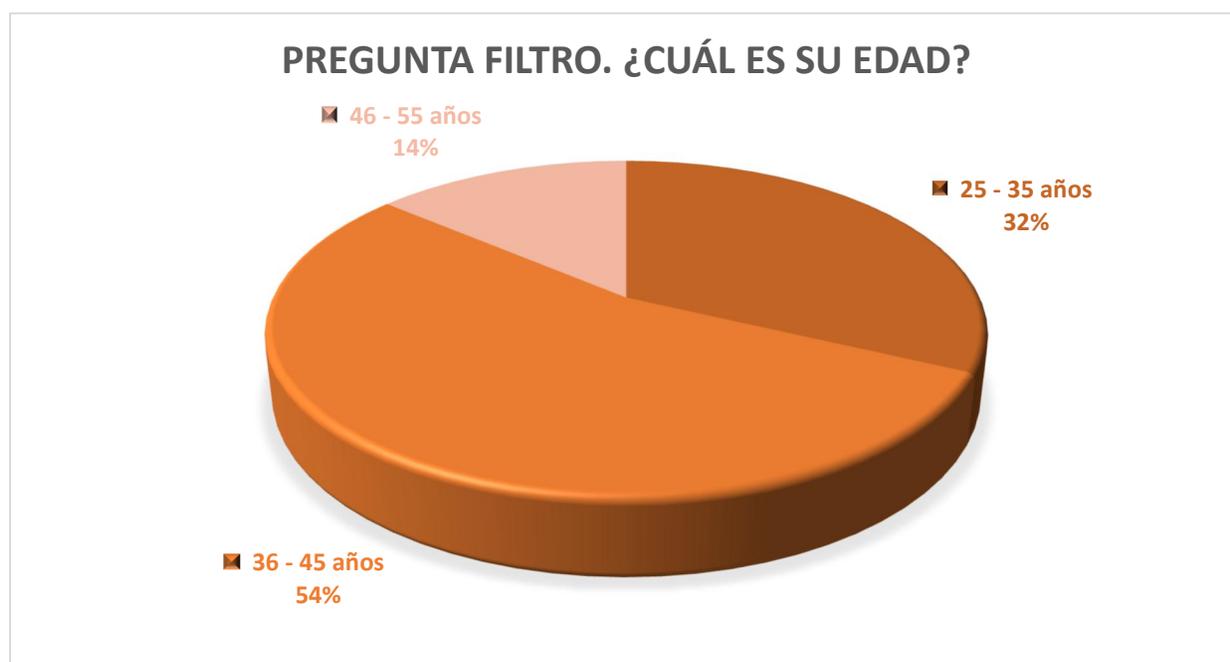
Tabla N°20 Pregunta Filtro ¿Cuál es su edad?

PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su edad?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25 - 35 años	123	32%
36 - 45 años	208	54%
46 - 55 años	53	14%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 12 Pregunta Filtro. ¿Cuál es su edad?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 54% de los encuestados tienen un rango de edad de 36 – 45 años que justamente es nuestro público objetivo.

Tabla N° 21 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su ingreso salarial mensual/persona?

PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su ingreso salarial mensual/persona?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/ 1,201 – S/ 1,500	56	15%
S/ 1,501 – S/ 2,000	84	22%
S/ 2,001 – 4,000	130	34%
S/ 4,001 – más	114	30%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 13 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su ingreso salarial mensual/persona?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 34% del público encuestado percibe mensualmente S/ 2,001 – S/4,000, el cual consideramos que cuentan con poder adquisitivo para adquirir nuestro producto.

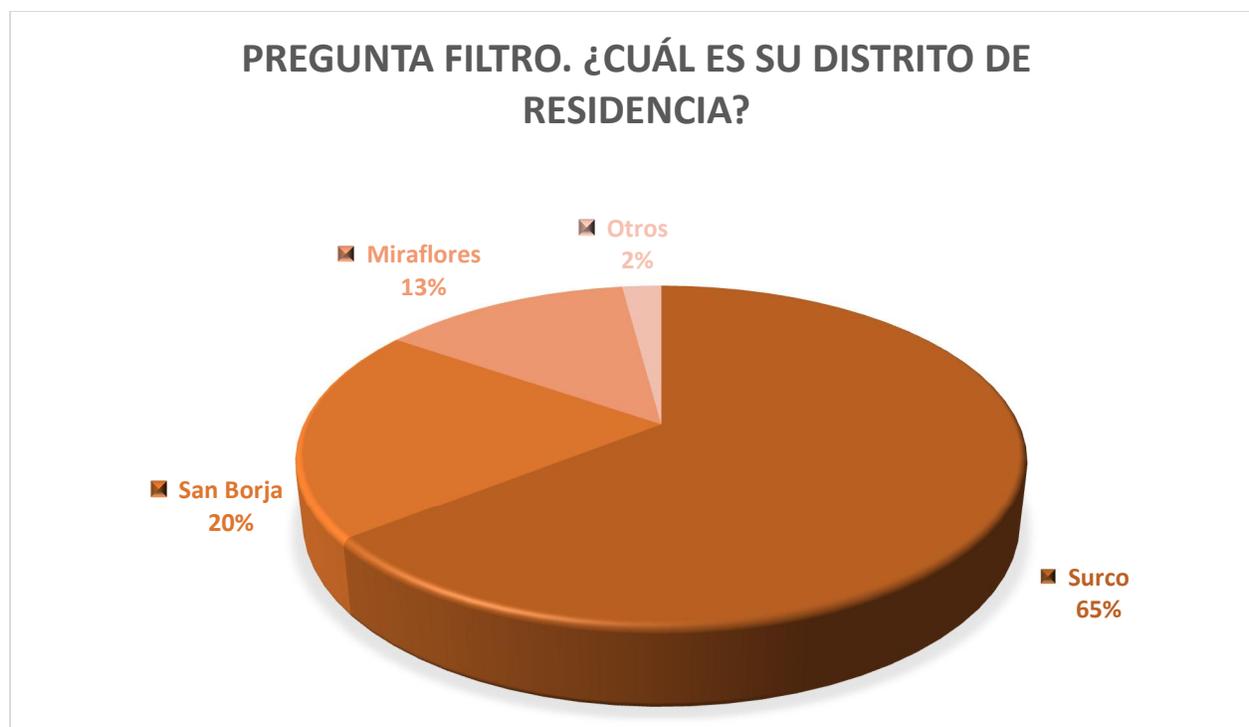
Tabla N° 22 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su distrito de residencia?

PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su distrito de residencia?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	E
Surco	247	64%
San Borja	78	20%
Miraflores	51	13%
Otros	8	2%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 14 PREGUNTA FILTRO. ¿Cuál es su distrito de residencia?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 65% de los encuestados residen en el distrito de Santiago de Surco, distrito en el cual llevaremos a cabo el negocio.

Tabla N° 23 PREGUNTA 1. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?

1. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez a la semana	21	5%
Más de una vez por semana	78	20%
Una vez al mes	138	36%
Más de dos veces al mes	147	38%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 15 PREGUNTA 1. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos identificar que el 38% de los encuestados asisten a un centro de masajes más de dos veces al mes, y un 36% una vez al mes.

Tabla N° 24 PREGUNTA 2. ¿Con quién asiste a un SPA/centro de masajes?

2. ¿Con quién asiste a un SPA/centro de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo(a)	157	41%
Con su pareja	125	33%
Con la familia	23	6%
Amigos	79	21%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 16 PREGUNTA 2. ¿Con quién asiste a un SPA/centro de masajes?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 41% de los encuestados asisten solos a un centro de masajes y SPA.

Tabla N° 25 PREGUNTA 3. ¿Qué días de la semana prefiere asistir a un SPA/centros de masajes?

3. ¿Qué días de la semana prefiere asistir a un SPA/centros de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inicio de semana (lunes y martes)	9	2%
Mitad de semana (miércoles y jueves)	45	12%
Fines de semana (viernes, sábado y domingo)	215	56%
Fechas especiales (Feriados y Festivos)	115	30%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 17 PREGUNTA 3. ¿Qué días de la semana prefiere asistir a un SPA/centros de masajes?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 56% de los encuestados asisten fines de semana, es quiere decir viernes, sábado y domingo al centro de masaje y spa de su preferencia.

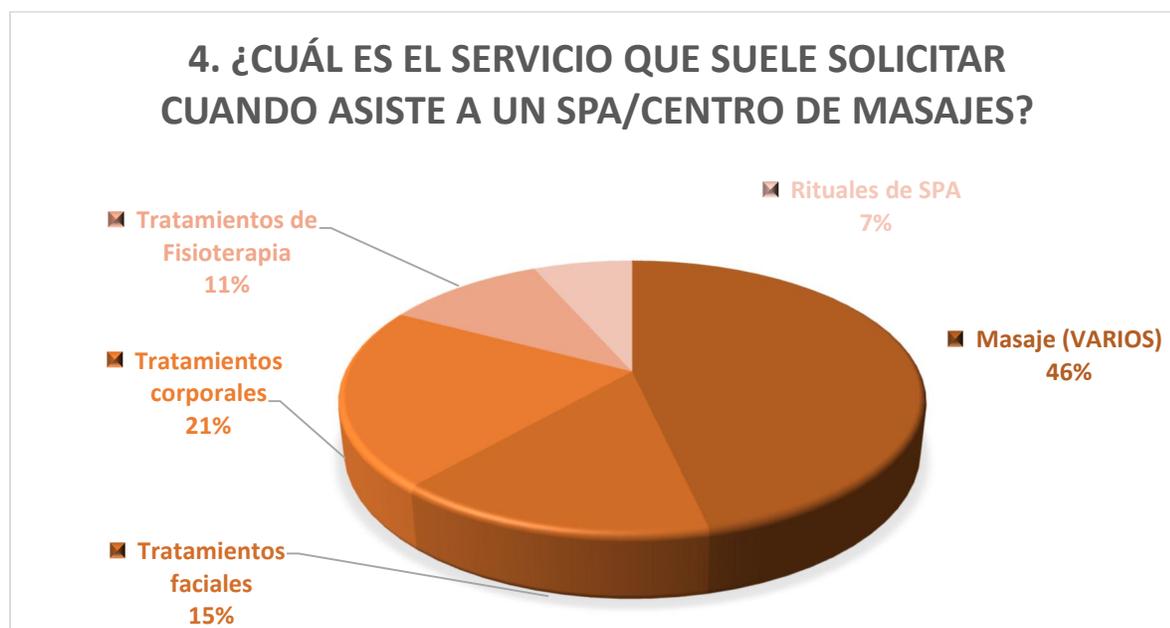
Tabla N° 26 PREGUNTA 4. ¿Cuál es el servicio que suele solicitar cuando asiste a un SPA/centro de masajes?

4. ¿Cuál es el servicio que suele solicitar cuando asiste a un SPA/centro de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	E
Masaje (VARIOS)	381	46%
Tratamientos faciales	123	15%
Tratamientos corporales	175	21%
Tratamientos de Fisioterapia	87	11%
Rituales de SPA	54	7%
TOTAL	820	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 18 PREGUNTA 4. ¿Cuál es el servicio que suele solicitar cuando asiste a un SPA/centro de masajes?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 46% de los encuestados asisten a un centro de masajes y toman como opción masajes.

Tabla N° 27 PREGUNTA 5. ¿Qué tipo de producto conoce para realizar un masaje?

5. ¿Qué tipo de producto conoce para realizar un masaje?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aceite para masaje	384	44%
Crema para masaje	213	25%
Balsamo corporal (Aceite vegetal)	23	3%
Aceite esenciales (Aceite aromático)	245	28%
Otros	2	0%
TOTAL	867	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 19 PREGUNTA 5. ¿Qué tipo de producto conoce para realizar un masaje?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 44% de los encuestados conocen el producto Aceite para masajes para el servicio.

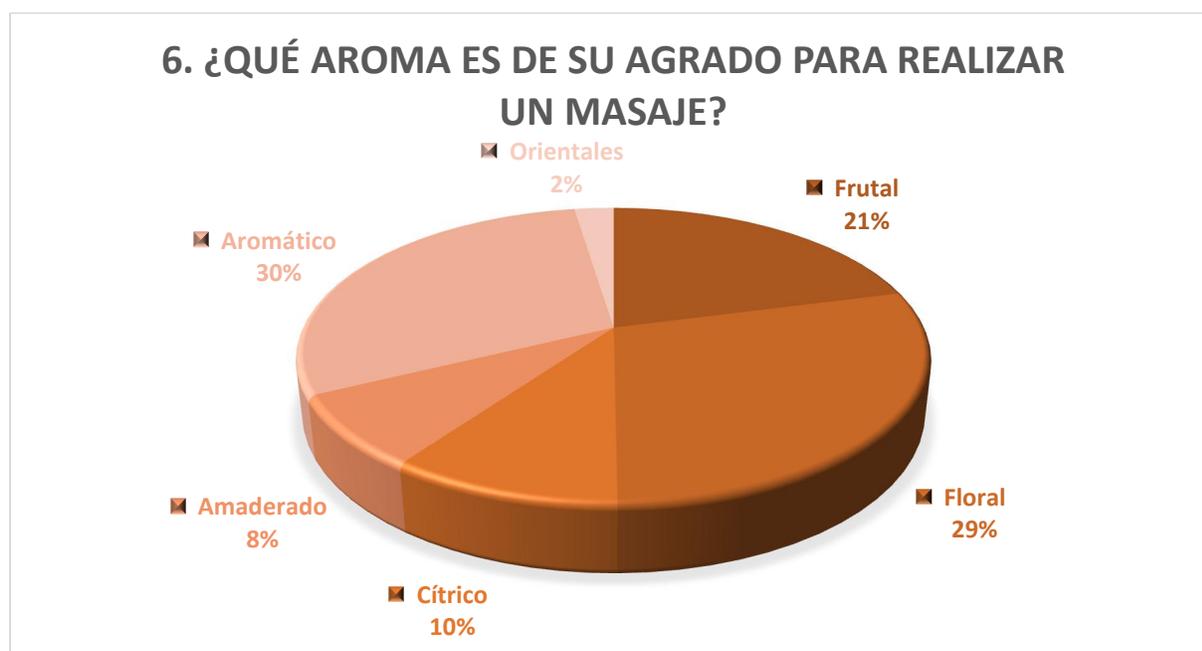
Tabla N° 28 PREGUNTA 6. ¿Qué aroma es de su agrado para realizar un masaje?

6. ¿Qué aroma es de su agrado para realizar un masaje?

RESPUESTA	FRECUENCIA A	PORCENTAJE E
Frutal	200	21%
Floral	276	29%
Cítrico	96	10%
Amaderado	75	8%
Aromático	285	30%
Orientales	23	2%
TOTAL	955	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 20 PREGUNTA 6. ¿Qué aroma es de su agrado para realizar un masaje?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 30% de los encuestados prefieren el aromático para sus masajes, con el 29% el aroma floral.

Tabla N° 29 PREGUNTA 7. ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes?

7. ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/ 60.00 – S/ 80.00	12	3%
S/ 81.00 – S/ 100.00	80	21%
S/ 101.00 – S/ 150.00	130	35%
S/ 151.00 – más	154	41%
TOTAL	376	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 21 PREGUNTA 7. ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes?



Elaboración propia (2020)

Análisis: El 41% de los encuestados suelen gastar en promedio por el servicio de masajes S/ 151.00 a más y el 35% S/101.00 – S/150.00.

Tabla N° 30 PREGUNTA 8. ¿Cuánto tiempo suele solicitar para un masaje?

8. ¿Cuánto tiempo suele solicitar para un masaje?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 minutos	36	9%
1 hora	218	57%
Más de 1 hora	130	34%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 22 PREGUNTA 8. ¿Cuánto tiempo suele solicitar para un masaje?



Elaboración propia (2020)

Análisis: El 57% de los encuestados indican que solicitan 1 hora de masajes.

Tabla N° 31 PREGUNTA 10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las novedades del SPA/centro de masajes?

10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las novedades del SPA/centro de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Llamada telefónica	112	10%
Redes sociales (facebook, instagram)	375	34%
WhatsApp	384	34%
Página Web – online	245	22%
Directamente en el local	2	0%
TOTAL	1118	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 23 PREGUNTA 10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las novedades del SPA/centro de masajes?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 34% de los encuestados les gustaría enterarse de las novedades mediante Whatsapp, así mismo el 34% en redes sociales.

Tabla N° 32 PREGUNTA 11. ¿Si viaja, también tomaría como opción realizarse un masaje?

11. ¿Si viaja, también tomaría como opción realizarse un masaje?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	328	85%
Lo pensaría	56	15%
No	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 24 PREGUNTA 11. ¿Si viaja, también tomaría como opción realizarse un masaje?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Identificamos que nuestros posibles clientes tomarían el servicio de masajes si se van de viaje, esto nos ayuda a poder expandirnos a provincias si es posible.

Tabla N° 33 PREGUNTA 12. ¿Conoce o escucho en algún momento sobre una CERA DE VELA PARA MASAJES?

12. ¿Conoce o escucho en algún momento sobre una CERA DE VELA PARA MASAJES?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	0%
No	383	100%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 25 PREGUNTA 12. ¿Conoce o escucho en algún momento sobre una CERA DE VELA PARA MASAJES?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 100% de los encuestados no conocen ni escuchó en ningún momento sobre una cera de vela para masajes, el cual es favorable para el negocio ya que seríamos pioneros.

Tabla N° 34 PREGUNTA 13. ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”?

13. ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	380	99%
No	4	1%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 26 PREGUNTA 13. ¿Acudiría a su establecimiento de SPA/Centro de masaje para adquirir el servicio “CERA DE VELA – OZENT’S”?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 99% de los encuestados acudirían a su establecimiento para adquirir el servicio de cera de vela de Ozents.

Tabla N° 35 PREGUNTA 14. ¿Cuál de estos atributos se te hace atractivo para el producto “CERA DE VELAS”?

14. ¿Cuál de estos atributos se te hace atractivo para el producto “CERA DE VELAS”?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No es grasoso	312	24%
Hidrata y nutre la piel	305	23%
Contiene sustancias terapéuticas	287	22%
Textura suave al finalizar el masaje	295	22%
Aroma agradable	114	9%
Envases del producto	12	1%
TOTAL	1325	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 27 PREGUNTA 14. ¿Cuál de estos atributos se te hace atractivo para el producto “CERA DE VELAS”?



Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el público, desea que nuestra será de vela sea no grasoso, que hidrate y nutra su piel, que contenga sustancias terapéuticas así como una textura suave al finalizar el masaje.

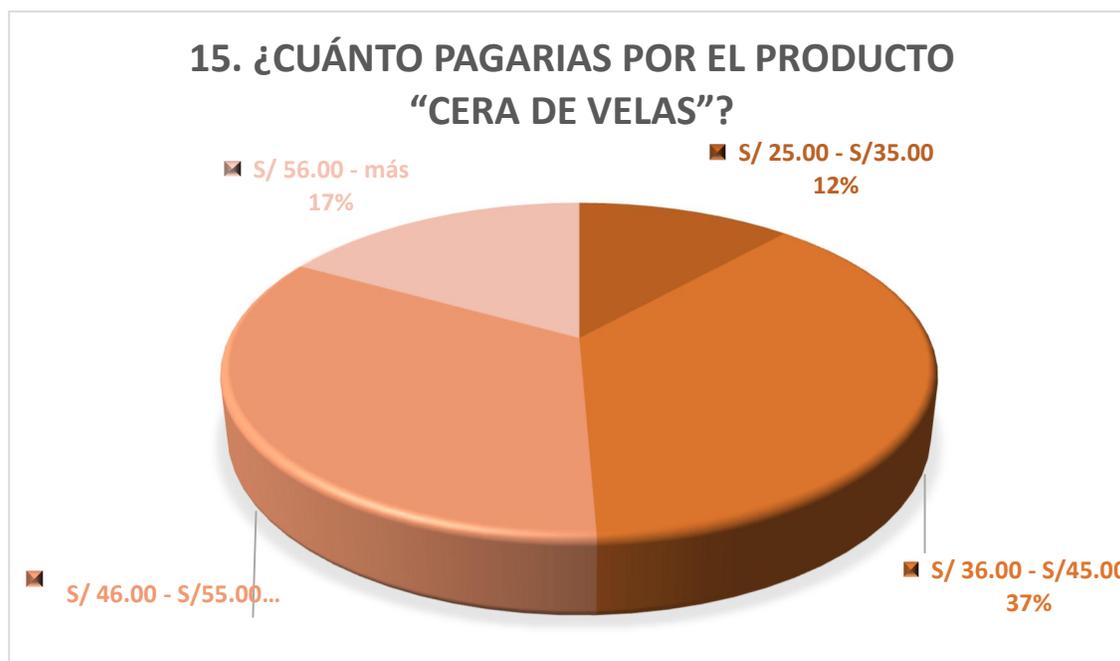
Tabla N° 36 PREGUNTA 15. ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?

15. ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/ 25.00 - S/35.00	45	12%
S/ 36.00 - S/45.00	145	38%
S/ 46.00 - S/55.00	130	34%
S/ 56.00 - más	65	17%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 28 PREGUNTA 15. ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?



}

Elaboración propia (2020)

Análisis: Podemos determinar que el 37% de los encuestados pagarían entre S/ 36.00 y S/45.00

CAPITULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1. Mercado

En “O-ZENTS” nos preocupamos por el bienestar de nuestros clientes, brindando un producto de calidad, realizado por profesionales del rubro cosmético, considerando que la materia prima es elaborado por laboratorios especializados de Brasil, nuestra filosofía es brindar al cliente no solo un producto si no una experiencia, el producto cuenta con nanovectores denominados “misiles terapéuticos” éste cuenta con activos que potencia el producto final, así mismo consideramos que el aroma de un producto es principal para manejar el marketing olfativo, contaremos con aceites esenciales distribuidos en categorías de aromas como:

Frutal: Naranja dulce.

Gráfico N° 29 Representación del aceite esencial FRUTAL



Fuente: Amazon.com (2019)

Floral: Lavanda, palo de rosa, agua florida (energético).

Gráfico N° 30 Representación del aceite esencial FLORAL



Fuente: Amazon.com (2019)

Cítrico: Limón.

Gráfico N° 31 Representación del aceite esencial CITRICO



Fuente: Amazon.com (2019)

Amaderado: Palo santo, cedro, cipres limón.

Gráfico N° 32 Representación del aceite esencial AMADERADO



Fuente: all.biz (2019)

Aromático: Hierva Luisa, árbol del té, menta, eucalipto limón, romero, muña, sachá limón, matico, molle, eucalipto, tomillo, clavo de olor, pachuli, cedrón.

Gráfico N° 33 Representación del aceite esencial AROMÁTICO



Fuente: Amazon.com (2019)

Orientales: Piri piri de la amistad, kion, piri piri del amor.

Gráfico N° 34 Representación del aceite esencial ORIENTALES



Fuente: Misharastrera (2019)

Además, es importante recalcar que se cuenta con personal experimentado y capacitado para la correcta producción de estas velas, cumpliendo satisfactoriamente las expectativas del consumidor.

Estos productos lo podrán adquirir en nuestro local, luego la distribución será a través de los centros de masajes y spa de la preferencia del cliente.

Como es conocido, nuestros clientes directos serán diversos centros de masaje y spas, que se encargarán de aplicarlo en su servicio y/o comercializarlo, y personas independientes interesadas en el producto. Es por ello que fue fundamental conocer la opinión, gustos, preferencias e inconvenientes de los consumidores finales, para así tener la aceptación de estos centros.

5.2. Marketing Mix

Producto

El producto principal a ofrecer se trata de la cera de vela cosmética para masajes. Este producto, por sus componentes, cumple distintas funciones: relaja, nutre, hidrata y alivia molestias según sea el caso.

Esta cera tiene una apariencia de una vela común, es prendida con un encendedor o fósforo y se espera unos minutos para que pueda derretirse, ésta es una cera especial ya que tiene una baja temperatura de fusión por

lo que no quemará a la persona y puede ser vertida directamente a la piel. La temperatura oscilará entre 38 °C a 42 °C (cerca de la corporal) para poder hacer un ligero masaje, la textura es suave y ligera, de acuerdo a la cantidad aplicada será el tiempo que demore en ser absorbida. Esto depende mucho de la piel, ya que si es una piel seca su absorción será mucho más rápida de la que tiene una piel hidratada.

Cuando acaba la sesión de masaje pueden utilizar todo el producto o parcial ya que al soplar la mecha el producto vuelve a solidificarse.

Además nuestro producto cuenta con un insumo llamado nanovector, éste funciona como un misil terapéutico para el paciente que además de sentirse en un profundo relax, aliviará de inmediato algún dolor localizado que presente.

Gráfico N° 35 Representación de aplicación del producto



Fuente: drpares.com (2020)

En cuanto a nuestro envase es un pote de vidrio en forma de jarra con 30gr. De cera para masaje, alrededor pondremos una cuerda de cáñamo o también llamado yute de color natural con una etiqueta del logo de material kraft marrón cartón el cual da un aspecto vintage y rustico, el empaque contará con una guía de aplicación así mismo sus advertencias y recomendaciones para ser usada correctamente, así mismo enlaces de nuestras redes sociales y página web.

El empaque es una caja de 8x8x8 está hechas de kraft marrón cartón, el cual da un aspecto vintage y rustico, con una aza encima que ayuda a movilizar el producto también como regalo, en la caja tiene un dibujo del producto, el logo de la empresa y también pictogramas de seguridad.

Gráfico N° 36 Presentación del producto



Elaboración propia (2020)

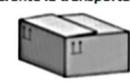
O-ZENTS se preocupará por mantener estándares de seguridad para el transporte del producto, utilizaremos pictogramas en el empaque de cartón kraft esto nos ayudará a una mejor manipulación y transporte, nos ayuda ya que no son acompañados por palabras escritas y son entendibles en cualquier parte del mundo, además podemos indicar que estos pictogramas están estandarizados según la norma ISO 780:1997

Gráfico N° 37 Pictograma del empaque



Fuente: blog.cajaeco.com (2020)

Gráfico N° 38 Simbología que más utilizaremos

SÍMBOLOS SIGNIFICADO	APLICACIÓN	SÍMBOLOS SIGNIFICADO	APLICACIÓN
 "Frágil" "Fragile"	ISO 7000/No. 0626 Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 	 "Protéjase del calor" "Keep away from heat"	ISO 7000/No.0624 Indica que durante el transporte y en bodega, el embalaje debe resguardarse del calor. 
 "Hacia arriba" "This side up"	ISO 7000/No.0623 Indica la posición correcta del embalaje durante la transportación. 	 "Protéjase de la humedad" "Keep dry"	ISO 7000/No. 0626 Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 

Fuente: blog.cajaeco.com (2020)

E-commerce

En nuestra página web tendremos un carrito de compras solo para nuestros productos que se encuentren en stock y nuestros clientes también lo podrán adquirir por medio online.

Gráfico N° 39 Carrito de compras en nuestra página web



Elaboración propia (2020)

Venta presencial

En el local se brindará una correcta información sobre el producto o diferentes consultas que el consumidor pueda tener, siendo claro y concisos al momento de hacerlo, solo atenderá una señorita calificada para brindar y atender al cliente.

Además, como obligación y parte de captar la atención del cliente, se usará uniformes cómodos y modernos, siendo este un polo camisero color negro el que tendrá nuestro logo en el pecho y por los costados, así mismo una pantaloneta o pantalón color negro, éste tendrá que ser vestidos dentro del horario de atención

Gráfico N° 40 Representación del uniforme en el local



Elaboración propia (2020)

Activaciones y ferias:

Realizaremos activaciones en puntos estratégicos para darnos a conocer como empresa y también asistiremos a ferias en el distrito de surco o lugares aledaños que se realizan cada cierto tiempo para dar a conocer nuestros tratamientos.

Publicidad tradicional:

Se mandará a hacer volantes, folletos informativos (brochures) de la empresa que serán repartidos en el local y también en zonas concurridas alrededor de nuestra ubicación o en puntos estratégicos como avenidas, centros comerciales, parques, restaurantes, hospitales entre otros lugares. Las personas encargadas en realizar dicha función serán externas que se les brindara un polo con nuestra marca y slogan.

La duración de entrega de volantes será antes de la inauguración y después todos los meses que se requiera dicho por la empresa.

Gráfico N° 41 Representación del polo para activaciones fuera del local



Elaboración propia (2020)

Venta telefónica

El cliente podrá realizar llamadas telefónicas para solicitar información y generar una orden de compra.

Asimismo, la misma función podrá ser hecha a través de la aplicación WhatsApp, siendo ésta la más usada, por la facilidad que otorga al poder enviar imágenes, documentos, contactos, entre otras cosas más.

Recordemos que en las encuestas salió la aplicación whatsapp como medio más popular de comunicación para los clientes.

Venta online

Esto será posible a través de la página web con la que se contará, en donde el cliente podrá visualizar, consultar, analizar y comprar el producto desde muchos dispositivos electrónicos.

Facebook será usado para la apertura de una fan page, que brinda opciones similares a la de la página web, con la diferencia de poder promocionar e informar al cliente sobre ofertas, descuentos, eventos, teniendo una relación más cercana con ellos.

Formas de pago

- En efectivo
- Tarjeta de débito o crédito
- Transferencias bancarias

Dicha vela cosmética para masajes, será fabricada dentro del local donde también se comercializará la misma. Los insumos a usar son:

- Cera de soja
- Manteca de karité refinada
- Mechada encerada fina
- Nanovector
- Varilla guía para mechas
- Pote de vidrio para la vela

Precio

De acuerdo con las encuestas realizadas a 384 personas en San Borja, Santiago de Surco y Miraflores, realizamos la siguiente pregunta N° 7

Tabla N°37: Pregunta N°7 ¿Cuánto suele gastar en promedio por el servicio de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/ 60.00 – S/ 80.00	12	3%
S/ 81.00 – S/ 100.00	80	21%
S/ 101.00 – S/ 150.00	130	35%
S/ 151.00 – más	154	41%
TOTAL	376	100%

Elaboración propia (2020)

Podemos Observar que nuestros posibles clientes pagan por un servicio de masaje entre S/ 101.00 – S/150.00 un 35% y de S/ 151.00 a más un 41%, con esto podemos identificar un porcentaje a la compra del producto el cual será utilizado para realizar dicho masaje.

Considerando un promedio por el rango de monto que se le puso determinamos un porcentaje el cual utilizarían el centro de masaje y Spa para comprar el insumo para un masaje el que determinamos que sería un 27% ya que con esa suma nos indica un precio de S/ 40.46

Tabla N°38 Determinación del porcentaje utilizado de un centro de masaje y SPA para realizar el servicio

MONTO	PROMEDIO	27%
S/ 101.00 – S/ 150.00	S/. 125.50	S/. 33.89
S/ 151.00 – S/200.00	S/. 175.50	S/. 47.39
PROMEDIO		S/. 40.64

Elaboración propia (2020)

Llegamos a dicha conclusión por la pregunta N° 15 de nuestra encuesta ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?, el cual el resultado fue el siguiente:

Tabla N°39: Pregunta N°15 ¿Cuánto pagarías por el producto “CERA DE VELAS”?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/ 25.00 - S/35.00	45	12%
S/ 36.00 - S/45.00	145	38%
S/ 46.00 - S/55.00	130	34%
S/ 56.00 - más	65	17%

Elaboración propia (2020)

Podemos identificar que el 38% de los encuestados pagarían por el producto entre S/ 36.00 – S/ 45.00, el cual obtenemos un precio promedio de S/ 40.50, siendo este nuestro precio de venta, considerando que este será el precio de entrada, luego subiremos el precio ya que daremos a conocer el beneficio de esta cera con los nanovectores utilizados en el producto.

Por otro lado determinaremos el precio de nuestros aceites esenciales y extractos a comercializar como adicional a la cera de vera, estos son los que le darán el aroma al producto terminado, considerando que estos productos son realizados por un laboratorio externo, nosotros solo lo comercializaremos, los precios son los siguientes:

Para los aceites esenciales de 10ml el precio es S/ 23.90, tener en cuenta que para uno de nuestros potes de 30gr de cera de vela para masajes se utiliza 2.5ml de aceite esencial o, eso quiere decir que por cada 4 potes vendidos se vendió 1 de aceite esencial.

Plaza

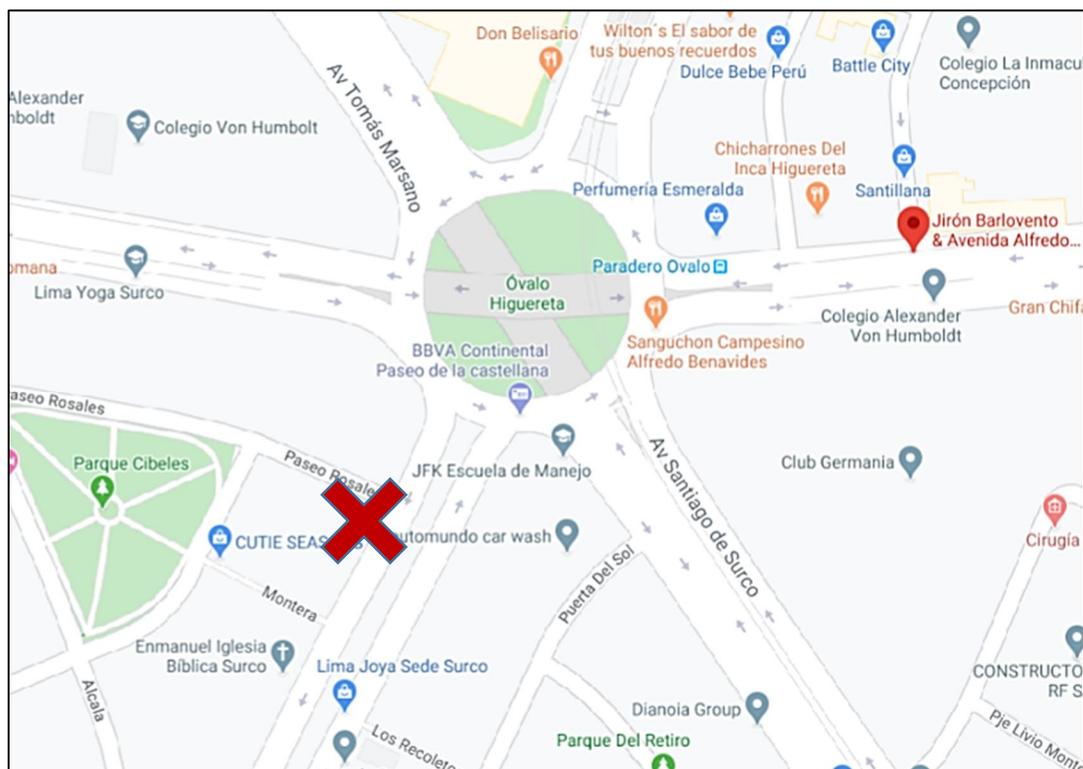
El local del negocio estará ubicado en Av. Paseo La Castellana 160 – Santiago de Surco.

Esta zona fue seleccionada por su alto tránsito de personas, debido a su cercanía a avenidas principales, como la Av. Alfredo Benavides, el Óvalo Higuiereta y siendo aledaña de distritos como San Borja y Miraflores, así mismo encontramos este local con precio de alquiler en ocasión (precio bajo).

Además, es cercana a numerosos negocios de distinto rubro, en los cuales destaca la presencia de varios centros de belleza y spa.

También, es importante remarcar que las horas más transitadas por vehículos y personas suelen ser a tempranas horas de la mañana, debido a que la mayoría recurre a sus centros de trabajo, y al comienzo de la noche, hora donde las personas retornan a su domicilio.

Gráfico N° 42 Ubicación de local.



Fuente: Google Maps

Gráfico N° 43 Ubicación física de local.



Fuente: Google Maps

Ambientación

La ambientación y distribución del producto a ofrecer sirve para ofrecer comodidad y ser prácticos con y para el cliente. Esto se logra mejorando la visibilidad de la cera, describiendo brevemente el producto, entre otros.

Se tiene la idea de implementar repisas, elaboradas de madera y vidrio, donde en cada una de ellas se muestre la gama de productos cosméticos con la que contamos, esto a su vez tendrá iluminación led en la parte superior de cada estante para poder así resaltar todos los productos exhibidos.

También, se pondrá a disposición del cliente, folletos, volantes, y diverso material gráfico, que sirven para identificar al producto con la marca, así como informar al consumidor.

Los productos serán ubicados de manera tal que, los consumidores, puedan ubicarlos, comprarlos con facilidad y en las cantidades que estos requieran.

Finalmente, los productos serán mostrados junto con información de precios y ofertas, según sea el caso, y estarán debidamente codificados.

Gráfico N° 44 Imagen referencial del escaparate



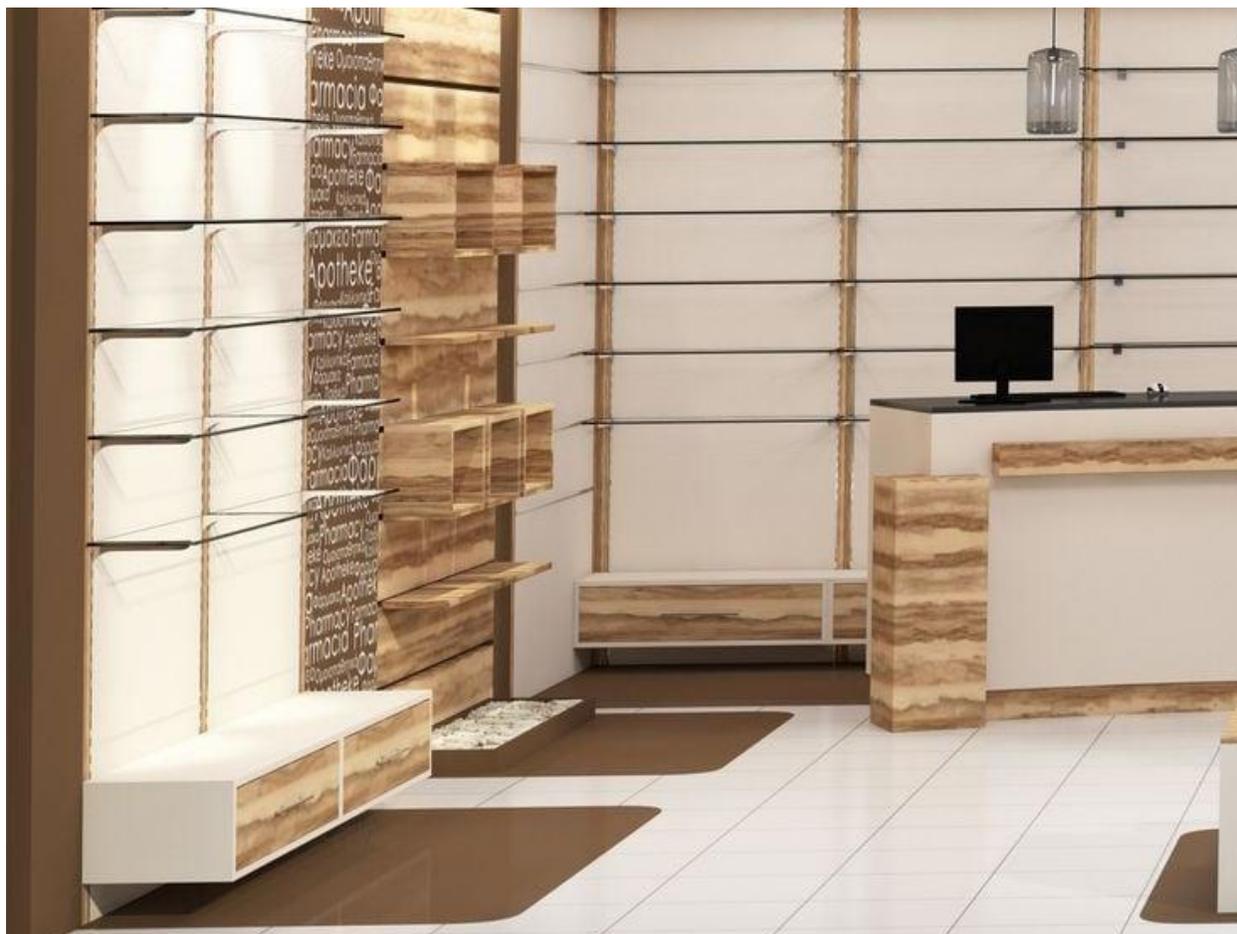
Fuente: Imagina tu espacio (2020)

Gráfico N° 45 Foto referencial del mostrador principal



Fuente: Imagina tu espacio (2020)

Gráfico N° 46 Foto referencial del probador y exhibidor



Fuente: Imagina tu espacio (2020)

Gráfico N° 47 Imagen referencial de la ambientación del local



Fuente: Imagina tu espacio (2020)

Gráfico N° 48 Imagen referencial de la exhibición de productos



Fuente: Imagina tu espacio (2020)

Promoción

Como se conoce, el negocio presentado es nuevo, incluso, el producto a ofrecer no tiene antecedentes dentro del mercado. Debido a esto, se hará el uso de diversas herramientas publicitarias como: ofertas, promociones, constante información, publicidades y promover la marca. Esto, con la finalidad de incrementar nuestros ingresos.

También haremos uso de las redes sociales, como Facebook, Instagram y WhatsApp, como soporte para ayudar a brindar nuestra propuesta de valor señalada.

Gráfico N° 49 Foto referencial de publicidad en redes sociales



Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 50 Foto referencial de publicidad en redes sociales



Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 51 Foto referencial de publicidad en redes sociales



Elaboración propia (2020)

Nombre de la marca:

OZENT'S VELAS PARA MASAJE, nace por el concepto ZENTS que quiere decir sentido y meditación en el antiguo idioma budista, a eso agregamos una "O" con flama dentro que indica el calor y fuego que tiene la marca.

Gráfico N° 52 Logo Ozent's vela para masaje



Elaboración propia (2020)

Slogan

Se tuvo que escoger entre distintas propuestas brindadas por los integrantes del proyecto, que, además, consultaron con personas cercanas por opiniones e ideas. Finalmente, se tomó la decisión de quedarnos con el slogan "Ilumínate, relájate y disfruta" ya que se cree que estas tres palabras son suficiente para hacer entender a nuestro cliente lo satisfecho que quedará al usar la cera de vela cosmética.

Cabe resaltar que nuestro slogan se encuentra alrededor de la letra "O" para potenciar el fuego de nuestra marca.

Gráfico N° 53 Slogan Ozent's vela para masaje incluido en el logo



Elaboración propia (2020)

Además, OZENT'S se dará a conocer mediante diversos medios:

Redes sociales

Nuestra principal herramienta para darnos a conocer serán distintas redes sociales. Esto servirá para brindar la mayor información por este medio, ya que, actualmente, los usuarios suelen interactuar usando Facebook, Instagram y WhatsApp. Además, estaremos en constante actividad usando redes sociales, pues la página será actualizada por imágenes, dirección, contacto, promociones, informaciones, entre otras.

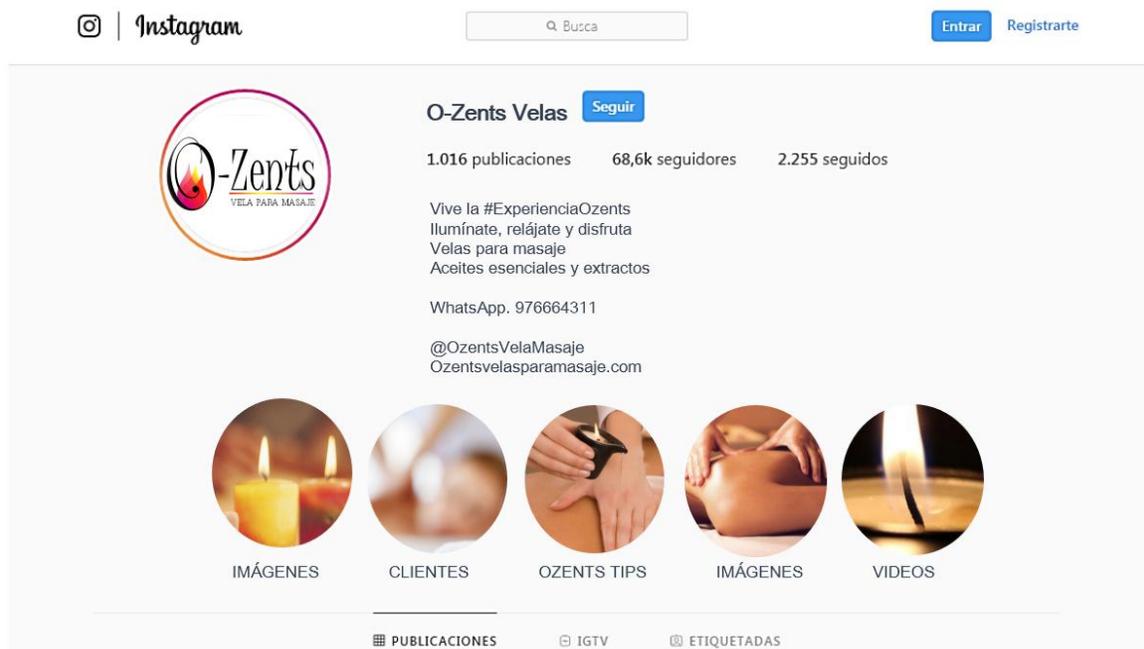
Otro importante punto a resaltar, es que el uso de redes, facilitará nuestra interacción con los usuarios, siendo inmediata y certera, como también brindando la opción de enviar imágenes, archivos, etc.

Gráfico N° 54 Foto referencial Fan page - Facebook



Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 55 Foto referencial del Instagram

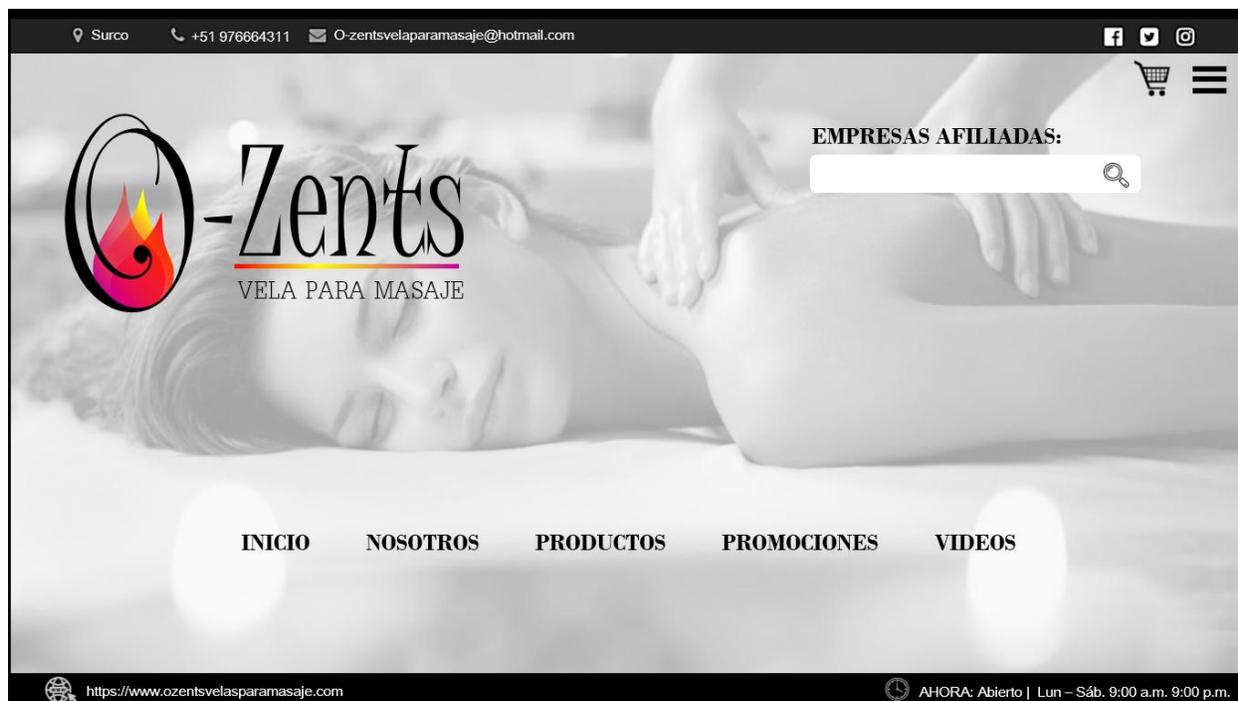


Elaboración propia (2020)

Página web

A diferencia del uso de redes sociales, la página web a lanzar, servirá para detallar información sobre la empresa, como nuestra misión y visión, detalles claros del producto, precios, información del personal, artículos redactados por nosotros, empresas afiliadas, entre otros.

Gráfico N° 56 Foto referencial de la página web



Elaboración propia (2020)

5.3. Formulación estratégica ANSOFF

Después de un análisis sobre cuál de las cuatro estrategias se acomoda más a lo que se quiere obtener, se escogió que la estrategia “Desarrollo de mercados”.

Esta estrategia fue seleccionada ya que O’Zents es una empresa nueva que está en un rubro muy maduro como es la cosmética.

También se conoce que existe mucha competencia, específicamente en lo que respecta al servicio de masajes. Actualmente, se usan distintos productos para realizarlos, como aceite o crema para masajes, pero

es casi imposible encontrar un centro de masajes cuya herramienta de masaje sea una vela cosmética. Se sacará provecho a esto, siendo pioneros en producir una vela, cuya cera se use para realizar masajes, actuando de manera inmediata, sin dolor, y que brinda propiedades para la piel.

Gráfico N° 57 Estrategias ANSOFF aplicada a la empresa



Elaboración propia (2020)

5.4. Proyección de ventas

Proyección de ventas mensuales por venta de velas y aceite esencial determinando nuestros ingresos para el AÑO 2021

Tabla N° 40: Variable de acuerdo al sector del PBI en servicio

Var. % real anual	Comercio
2020 - 2022	4.30%
2023 - 2024	5.00%
2025	5.80%

Elaboración propia (2020)

Podemos determinar que contaremos con 4,944 personas que compraran nuestro producto “CERA DE VELA PARA MASAJES”, este dato lo obtenemos por la segmentación de mercado

Por otro lado determinamos se cuerdo a la pregunta N° 1 de nuestra encuesta donde indica ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?, un 38% indica más de dos veces al mes, podemos concluir que puedes ir a realizarse masajes 3 veces al mes, con estos datos podemos estimar el consumo de venta al mes y anual.

Tabla N°41: Pregunta 1 de la encuesta. ¿Qué tan seguido asiste a un centro de masajes?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez a la semana	21	5%
Más de una vez por semana	78	20%
Una vez al mes	138	36%
Más de dos veces al mes	147	38%
TOTAL	384	100%

Elaboración propia (2020)

Tabla N° 42: Estimación de cera de velas a vender

Personas segmentadas	4,944
Consumen más de dos veces al mes	3
Velas consumidas al mes	14,832
Consumen al año	12
Velas consumidas al año	177,983

Elaboración propia (2020)

Entendemos que este sector comercio cuentan con una frecuencia de consumo al mes, siendo este los meses pico febrero, mayo, julio y diciembre.

Lo podremos observar mejor mediante una tabla de frecuencia de consumo por mes donde indicaremos un peso en porcentaje.

Tabla N°43: Frecuencia de consumo por meses

FRECUENCIA DE CONSUMO POR MES	
Meses	%
Enero	5%
Febrero	12%
Marzo	3%
Abril	7%
Mayo	13%
Junio	8%
Julio	14%
Agosto	5%
Setiembre	7%
Octubre	7%
Noviembre	7%
Diciembre	12%
TOTAL AÑO	100%

Elaboración propia (2020)

Tabla N°44: Proyecciones de Ventas de acuerdo al producto cera de vela por 5 años

CONSUMO DE VELA				
AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
	4.30%	5.00%	5.00%	5.80%
8,899	9,282	9,746	10,233	10,827
21,358	22,276	23,390	24,560	25,984
5,339	5,569	5,848	6,140	6,496
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157
23,138	24,133	25,339	26,606	28,149
14,239	14,851	15,593	16,373	17,323
24,918	25,989	27,289	28,653	30,315
8,899	9,282	9,746	10,233	10,827
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157
21,358	22,276	23,390	24,560	25,984
177,983	185,636	194,918	204,664	216,534

Elaboración propia (2020)

Para la proyección de ventas de acuerdo al producto aceite esencial, determinamos en la parte de producto que por 4 velas vendidas contaremos con 1 aceite esencial vendido ya que la proporción de 30gr de cera de vela que es nuestra presentación se necesitara del 2.5ml de un aceite esencial de su preferencia.

Con este dato importante contamos con la siguiente información:

Tabla N°45: Proyecciones de consumo

CONCEPTO	CANTIDAD	CANTIDAD UND	UNIDADES
CERA DE VELAS	30GR	4	177,983
ACEITE ESENCIAL	10ML	1	44,496

Elaboración propia (2020)

Tabla N°46: Proyecciones de Ventas de acuerdo al producto aceite esencial por 5 años

CONSUMO DE ACEITE ESENCIAL				
AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
	4.30%	5.00%	5.00%	5.80%
2,225	2,320	2,436	2,558	2,707
5,339	5,569	5,848	6,140	6,496
1,335	1,392	1,462	1,535	1,624
3,115	3,249	3,411	3,582	3,789
5,784	6,033	6,335	6,652	7,037
3,560	3,713	3,898	4,093	4,331
6,229	6,497	6,822	7,163	7,579
2,225	2,320	2,436	2,558	2,707
3,115	3,249	3,411	3,582	3,789
3,115	3,249	3,411	3,582	3,789
3,115	3,249	3,411	3,582	3,789
5,339	5,569	5,848	6,140	6,496
44,496	46,409	48,729	51,166	54,134

Elaboración propia (2020)

Tabla N° 47: Proyección de ventas mensual del primer año

	5%	12%	3%	7%	13%	8%	14%
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
VENTAS VELAS	8,899	21,358	5,339	12,459	23,138	14,239	24,918
PRECIO VELAS	S/. 40.50	S/. 40.50	S/. 40.50	S/. 40.50	S/. 40.50	S/. 40.50	S/. 40.50
TOTAL VENTA VELAS	S/. 360,415	S/. 864,997	S/. 216,249	S/. 504,582	S/. 937,080	S/. 576,665	S/. 1,009,163
ACEITE ESENCIAL VENDIDOS	53,172.39	127,613.73	31,903.43	74,441.35	138,248.21	85,075.82	148,882.69
PRECIO ACEITE ESENCIAL	S/. 23.90	S/. 23.90	S/. 23.90	S/. 23.90	S/. 23.90	S/. 23.90	S/. 23.90
TOTAL ACEITE ESENCIAL	S/. 1,270,820	S/. 3,049,968	S/. 762,492	S/. 1,779,148	S/. 3,304,132	S/. 2,033,312	S/. 3,558,296
TOTAL VENTAS	S/. 1,631,235	S/. 3,914,965	S/. 978,741	S/. 2,283,730	S/. 4,241,212	S/. 2,609,977	S/. 4,567,459

Elaboración propia (2020)

Tabla N° 48: Proyección de ventas mensual del primer año

5%	7%	7%	7%	12%	100%
AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2021
8,899	12,459	12,459	12,459	21,358	177,983
S/. 40.50					
S/. 360,415	S/. 504,582	S/. 504,582	S/. 504,582	S/. 864,997	S/. 7,208,307
53,172.39	74,441.35	74,441.35	74,441.35	127,613.73	1,063,448
S/. 23.90					
S/. 1,270,820	S/. 1,779,148	S/. 1,779,148	S/. 1,779,148	S/. 3,049,968	S/. 25,416,402
S/. 1,631,235	S/. 2,283,730	S/. 2,283,730	S/. 2,283,730	S/. 3,914,965	S/. 32,624,709

Elaboración propia (2020)

5.4. Plan de acciones – Cronograma

Gráfico N° 58 Cronograma basado en el diagrama de Gantt

ACCIONES	RESPONSABLE	AÑO 2020												AÑO 2021												AÑO 2022														
		E	F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	JL	A	S	O	N	D			
IDEA DE NEGOCIO	Gerente General	■																																						
ESTUDIO DE MERCADO	Gerente General	■																																						
CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO	Gerente General	■																																						
CÁLCULO INVERSIÓN	Gerente General		■	■	■																																			
SELECCIÓN DE PERSONAL	Gerente General		■	■	■																																			
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	Asistente Administrativo		■	■	■																																			
		Administración																																						
CREACIÓN DE LOGOTIPO	Community Manager		■	■	■																																			
ELABORACIÓN ESTRATEGIAS PROMOCIÓN	Gerente General		■	■	■																																			
CREACIÓN DE FAN PAGE	Community Manager		■	■	■																																			
CREACIÓN DE SITIO WEB	Community Manager		■	■	■																																			
IMPLEMENTAR CANALES DIGITALES	Community Manager		■	■	■																																			
DISEÑO DE VOLANTES	Community Manager		■	■	■																																			
VOLANTEO	Vendedores		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
PROMOCIONES Y OFERTAS	Asistente Administrativo		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES	Community Manager		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
		Marketing																																						
SELECCIÓN DE LOCAL	Gerente General		■	■	■																																			
AMoblado DE LOCAL	Gerente General		■	■	■																																			
COMPRA IMPLEMENTOS LABORATORIO	Jefe de Laboratorio		■	■	■																																			
IMPLEMENTAR POLITICAS DE PRODUCCIÓN	Jefe de Control de Calidad		■	■	■																																			
INICIO ACTIVIDADES	Gerente General		■	■	■																																			
		Operaciones																																						

Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO VI.

PLAN TÉCNICO

6.1 Localización de la empresa

Dentro de la siguiente matriz de localización se tomó varios aspectos y factores relevantes los cuales nos ayudaron a obtener la mejor ubicación para la puesta y funcionamiento de la empresa. Dicha matriz nos dio como resultado la ubicación en la dirección Av. Paseo La Castellana 160.

Factores sumamente importantes como el geográfico, la cercanía del mercado, la de los proveedores, así como los medios de transporte, los cuales tienen el peso más alto dentro de la calificación son los que al final dan como resultado esperado dicha ubicación en comparación con las otras dos alternativas que también se tomaron en cuenta al principio.

Av. Paseo La Castellana cumple con la mejor puntuación dentro de todos los aspectos tomados en cuenta y por ende es sin duda la mejor alternativa como local en la implementación de nuestro local.

Tabla N° 49: Matriz de localización

FACTORES RELEVANTES	PESO	OPCIONES DE LOCALIZACIÓN					
		Jirón Barlovento 130, Santiago de Surco		Av. Paseo la castellana 160, Santiago de Surco		Av. Aviación 5185, Santiago de Surco	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
FACTOR GEOGRÁFICO	10%	2	0.2	3	0.3	3	0.3
CERCANIA DEL MERCADO	10%	2	0.2	3	0.3	3	0.3
CERCANIA DE PROVEEDORES	10%	2	0.2	3	0.3	3	0.3
MEDIOS DE TRANSPORTE	9%	2	0.18	3	0.27	2	0.18
PRESENCIA DE COMPETIDORES	5%	2	0.1	3	0.15	2	0.1
DISPONIBILIDAD DEL PERSONAL CALIFICADO	5%	2	0.1	2	0.1	2	0.1
DISPONIBILIDAD DE DESAGUE Y AGUA POTABLE	9%	2	0.18	2	0.18	2	0.18
SUMINISTRO DE ENERGÍA Y DE COMBUSTIBLE	9%	2	0.18	2	0.18	2	0.18
EXIGENCIAS NORMATIVAS	15%	2	0.3	2	0.3	2	0.3
VALOR Y DISPONIBILIDAD	10%	2	0.2	2	0.2	2	0.2
BENEFICIOS IMPOSITIVOS U OTROS POR LA LOCALIZACIÓN	8%	2	0.16	2	0.16	2	0.16
TOTAL	100%	22	2	27	2.44	25	2.3

Elaboración propia (2020)

6.2 Tamaño del negocio

Ozent's contará con un amplio local de 120mt² los cuales estarán ocupados en su mayoría por la decoración que se presentará dentro del mismo, esto con la finalidad de poder hacer vivir una grata experiencia de visita al cada uno de nuestros consumidores desde que ellos ingresan a nuestro local y hasta el momento que se retiran.

Cada pequeño detalle dentro de la decoración tiene un porque, cada espejo, cada probador, cada exhibidor e incluso cada macetero cumplen una función más que específica dentro del local. Los 120mt² en ambos pisos están diseñados con la mejor distribución para que el público visitante pueda estar cómodo, tranquilo y pueda desplazarse sin inconveniente alguno durante el tiempo que dure su visita a nuestro local.

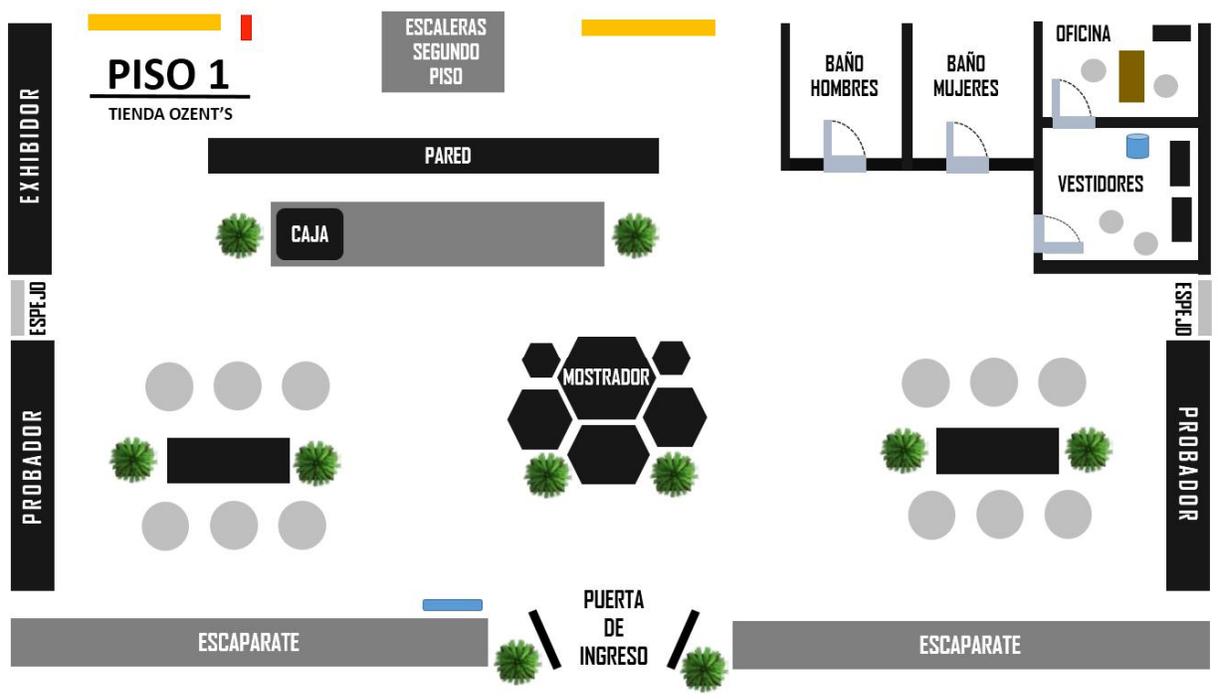
Si bien ambos pisos cuentan con distribuciones diferentes de los ambientes, ambos cumplen al detalle cada exigencia planteada para poder mejorar la experiencia de compra y visita de cada cliente que de una forma u otra se vea atraído e ingrese a nuestro local.

Ozent's también cuenta con todos los servicios tanto para los clientes como para los trabajadores mismos, servicios de baños, vestidores, entre otros.

Es importante recalcar que cada material que adorna nuestro locales de la más alta calidad, desde la madera hasta el vidrio u otros materiales presentes en la decoración. Como empresa el fin de nuestro local es poder hacer que el cliente quede satisfecho en su visita, sea bien atendido y asesorado en el momento de su compra, así como también que dicha experiencia pueda ser compartido hacia otras personas y que en plazos cercanos estas mismas personas puedan acercarse a nuestro local ya sea de manera de visitador o como cliente comprando un producto y viviendo así la experiencia que Ozent's brinda.

Se tiene en cuenta que ambos ambientes cuentan con todas las medidas de seguridad que la ley establece y que todo local debe tener, desde las señalizaciones hasta los extintores para poder dar solución a posibles accidentes en casos fortuitos. El local dicho de paso es un ambiente totalmente seguro en su totalidad, desde la puerta de entrada hasta el rincón más pequeño dentro del local.

Gráfico N° 59 Layout del primer nivel del local

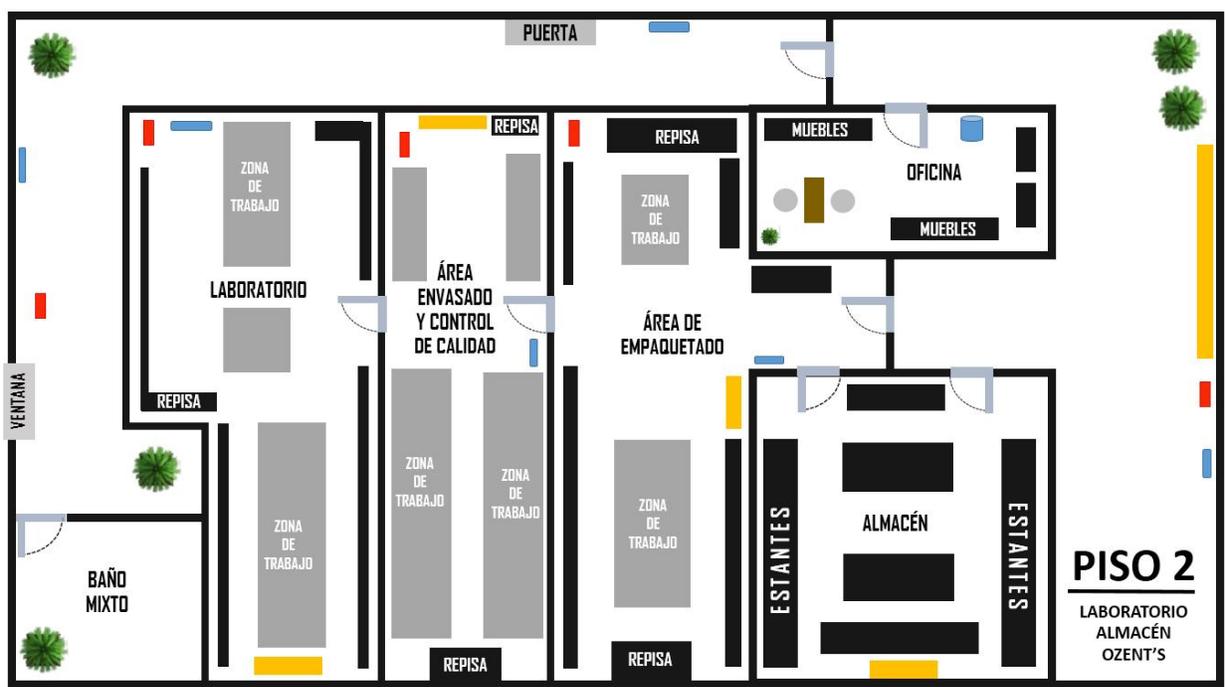


Elaboración propia (2020)

Como se puede observar en el siguiente gráfico el cual nos muestra la distribución del local en el primer piso, esta cuenta con escaparates, probadores, exhibidor, mostrador, baños, un área de caja, así como también la puerta de ingreso y las escaleras que llevan hacia el segundo nivel.

Dicha distribución corresponde a la elección de la mejor forma de ubicar todos los elementos que están presentes en la primera planta del local.

Gráfico N° 60 Layout del segundo nivel del local



Elaboración propia (2020)

En el gráfico del segundo piso se puede observar también la distribución del área del laboratorio, así como también de la zona de control de calidad para los insumos, su respectivo envasado y empaquetado, los cuales forman parte del todo el proceso de fabricación.

De por sí el área del segundo piso en relación al primero cuenta con una capacidad del 50% menos, pero este también cuenta con los requerimientos específicos para poder brindarles a cada cliente la experiencia necesaria en el momento de su visita.

Gráfico N° 61 Leyenda de imágenes usadas en el Layout

LEYENDA	CONCEPTO
	AIRE ACONDICIONADO
	EXTINTOR
	LUCES DE EMERGENCIA
	BIDÓN DE AGUA POTABLE

Elaboración propia (2020)

El siguiente gráfico nos muestra la leyenda y sus correspondientes conceptos que han sido utilizados dentro de los gráficos que líneas más arriba nos muestran la distribución del local tanto como para el primer como para el segundo piso del local. Y el cual nos da mejor ubicación de los elementos presentes en dicha distribución.

6.3 Necesidades del negocio

En este punto se considera los requerimientos valorizado de maquinarias y equipos para la operación. Incluye marca, precio por unidad y la cantidad solicitada, asimismo, el costo final para cada equipamiento.

Tabla N° 50 Equipamiento de tienda

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00

	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 51 Equipamiento del laboratorio y del área de envasado y control de calidad

EQUIPAMIENTO DEL LABORATORIO	Computadora + impresora multifuncional	HP	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Mesas largas 1mt de acero inoxidable 304 o 316	Laboratory furniture	S/. 500.00	4	S/. 2,000.00
	Cubierta de mesa a muro con respaldo de acero inoxidable 304 o 316 1mt	Laboratory furniture	S/. 400.00	4	S/. 1,600.00
	Gabinetes de acero inoxidable con acabado cromo 60x60	Laboratory furniture	S/. 150.00	5	S/. 750.00
	Vitrinas de laboratorio puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 200.00	4	S/. 800.00
	Estanteria con puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 250.00	5	S/. 1,250.00
	Gabinetes de seguridad color amarillo 1..80 x 90cm	Laboratory furniture	S/. 600.00	2	S/. 1,200.00
	Campana de extracción para solventes	Laboratory furniture	S/. 700.00	2	S/. 1,400.00
	Sillas de acero inoxidable con almohadicha de cuerina	Laboratory furniture	S/. 150.00	2	S/. 300.00
	Regaderas y Lavaojos de Emergencia.	Laboratory furniture	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Escurridores de material.	Laboratory furniture	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Torretas electricas y de Red.	Laboratory furniture	S/. 200.00	10	S/. 2,000.00
	Climatizacion de Laboratorios	Laboratory furniture	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Laboratory furniture	S/. 35.00	2	S/. 70.00
	Mesas largas de acero inoxidable 304 o 316 para trabajo 1mt x 40cm	Laboratory furniture	S/. 300.00	3	S/. 900.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DEL LABORATORIO					S/. 19,870.00
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD	Computadora + impresora multifuncional	HP	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Mesas largas 1mt de acero inoxidable 304 o 316	Laboratory furniture	S/. 500.00	6	S/. 3,000.00
	Cubierta de mesa a muro con respaldo de acero inoxidable 304 o 316 1mt	Laboratory furniture	S/. 400.00	6	S/. 2,400.00
	Gabinetes de acero inoxidable con acabado cromo 60x60	Laboratory furniture	S/. 150.00	4	S/. 600.00
	Estanteria con puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 250.00	5	S/. 1,250.00
	Campana de extracción para solventes	Laboratory furniture	S/. 700.00	1	S/. 700.00
	Sillas de acero inoxidable con almohadicha de cuerina	Laboratory furniture	S/. 150.00	2	S/. 300.00
	Torretas electricas y de Red.	Laboratory furniture	S/. 200.00	5	S/. 1,000.00
	Climatizacion de Laboratorios	Laboratory furniture	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Laboratory furniture	S/. 35.00	2	S/. 70.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD					S/. 15,320.00

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00

	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 52 Equipamiento del área de empaquetado y rotulado, almacén y oficina de administración

EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE EMPAQUETADO Y ROTULADO	Computadora + impresora multifuncional	HP	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Mesas largas 1mt de acero inoxidable 304 o 316	Laboratory furniture	S/. 500.00	4	S/. 2,000.00
	Cubierta de mesa a muro con respaldo de acero inoxidable 304 o 316 1mt	Laboratory furniture	S/. 400.00	4	S/. 1,600.00
	Gabinetes de acero inoxidable con acabado cromo 60x60	Laboratory furniture	S/. 150.00	5	S/. 750.00
	Vitrinas de laboratorio puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 200.00	2	S/. 400.00
	Estantería con puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 250.00	2	S/. 500.00
	Sillas de acero inoxidable con almohadilla de cuerina	Laboratory furniture	S/. 150.00	2	S/. 300.00
	Torretas electricas y de Red.	Laboratory furniture	S/. 200.00	5	S/. 1,000.00
	Climatizacion de Laboratorios	Laboratory furniture	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Laboratory furniture	S/. 35.00	2	S/. 70.00
Mesas largas de acero inoxidable 304 o 316 para trabajo 1mt x 40cm	Laboratory furniture	S/. 300.00	3	S/. 900.00	
TOTAL EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE EMPAQUETADO Y ROTULADO					S/. 13,520.00
EQUIPAMIENTO PARA ALMACÉN	Armario de piso acero inoxidable	Otros	S/. 900.00	2	S/. 1,800.00
	Repisas de acero inoxidable	Otros	S/. 800.00	5	S/. 4,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO PARA ALMACÉN					S/. 5,800.00
EQUIPAMIENTO OFICINA DE ADMINISTRACIÓN	Escritorios para oficina	Otros	S/. 350.00	2	S/. 700.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	2	S/. 70.00
	Lockers, casillero metálico 4 puertas	Otros	S/. 250.00	3	S/. 750.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	2	S/. 1,200.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	2	S/. 4,000.00
	Dispensador de agua 3 temperaturas eléctrico	Honeywell	S/. 500.00	1	S/. 500.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	2	S/. 900.00
	Silla de oficina fija, cuero y base metal	Otros	S/. 250.00	4	S/. 1,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO OFICINA DE ADMINISTRACIÓN					S/. 9,120.00

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00

	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 53 Equipamiento de vestidores, servicios higiénicos y otros.

EQUIPAMIENTO VESTIDORES	Lockers, casillero metálico 8 puertas	Otros	S/. 400.00	1	S/. 400.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Otros	S/. 77.00	1	S/. 77.00
	Dispensador de agua 3 temperaturas eléctrico	Honeywell	S/. 500.00	1	S/. 500.00
	Silla de oficina fija, cuero y base metal	Otros	S/. 250.00	4	S/. 1,000.00
	Mesa bar café	Otros	S/. 300.00	1	S/. 300.00
TOTAL VESTIDORES					S/. 2,277.00
EQUIPAMIENTO SERVICIOS HIGIÉNICOS	Envase con dispensador espumante	Otros	S/. 10.00	3	S/. 30.00
	Envase con dispensador crema	Otros	S/. 8.00	3	S/. 24.00
	Envase con dispensador gel desinfectante	Otros	S/. 8.00	3	S/. 24.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Otros	S/. 77.00	3	S/. 231.00
	Espejo con repisa de baño	Otros	S/. 120.00	3	S/. 360.00
	Dispensador de papel higienico	Otros	S/. 30.00	3	S/. 90.00
	Dispensador de papel toalla	Otros	S/. 30.00	3	S/. 759.00
TOTAL EQUIPAMIENTO SERVICIOS HIGIÉNICOS					S/. 1,518.00
EQUIPAMIENTO OTROS	Aire acondicionado/ calefacción de pared	IMACO	S/. 259.00	4	S/. 1,036.00
	Servicio de camaras de seguridad	Otros	S/. 2,800.00	1	S/. 2,800.00
	Letrero luminoso	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Cuadros decorativos para oficina y baños	Otros	S/. 70.00	5	S/. 350.00
	Espejo Murano 2mt x 90 cm	Otros	S/. 499.90	2	S/. 999.80
	Macetero tipo rattan y piedra diversas medidas	Otros	S/. 80.00	15	S/. 1,200.00
	Dicroicos LED - Exhibidores y probadores	Adele	S/. 15.00	60	S/. 900.00
	Lámparas decorativas	Otros	S/. 57.00	8	S/. 456.00
TOTAL EQUIPAMIENTO OTROS					S/. 9,741.80

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00

Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA				S/. 22,485.00

Tabla N° 54 Herramientas de laboratorio

HERRAMIENTAS	LABORATORIO	Balanza de laboratorio analítica	Solid	S/. 650.00	2	S/. 1,300.00
		Balanza de laboratorio de precisión	Solid	S/. 600.00	1	S/. 600.00
		Analizador de Humedad	Otros	S/. 230.00	1	S/. 230.00
		Dosificación automatizada de líquidos	Otros	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
		Probeta de vidrio 200ml	Otros	S/. 35.00	4	S/. 140.00
		Probeta de vidrio 500ml	Otros	S/. 56.00	4	S/. 224.00
		Probeta de vidrio 1000ml	Otros	S/. 67.00	4	S/. 268.00
		Tubo de ensayo de Vidrio 13*100 Mm Pyrex	Otros	S/. 25.00	10	S/. 250.00
		Rejilla de laboratorio porta tubo de ensayo	Otros	S/. 30.00	2	S/. 60.00
		Porta objetos de laboratorio	Otros	S/. 50.00	3	S/. 150.00
		Pipeta de laboratorio	Otros	S/. 12.00	17	S/. 204.00
		Bureta de laboratorio	Otros	S/. 15.00	15	S/. 225.00
		Matraz de laboratorio	Otros	S/. 24.00	13	S/. 312.00
		Agitador / Mezclador de laboratorio	Otros	S/. 17.00	15	S/. 255.00
		Embudo de laboratorio	Otros	S/. 23.00	5	S/. 115.00
		Pinzas de laboratorio	Otros	S/. 34.00	4	S/. 136.00
		Espátula de laboratorio	Otros	S/. 35.00	5	S/. 175.00
		Cucharilla de laboratorio	Otros	S/. 22.00	10	S/. 220.00
		Escobilla de laboratorio	Otros	S/. 36.00	5	S/. 180.00
		Frasco lavador de laboratorio	Otros	S/. 20.00	8	S/. 160.00
		Encendedor de laboratorio	Otros	S/. 31.00	4	S/. 124.00
		Mechero de laboratorio	Otros	S/. 45.00	6	S/. 270.00
		Termómetro de laboratorio	Otros	S/. 57.00	5	S/. 285.00
		Cuentagotas de laboratorio	Otros	S/. 120.00	2	S/. 240.00
		Baño Maria de laboratorio	Otros	S/. 78.00	7	S/. 546.00
		Vaso de precipitados	Otros	S/. 64.00	5	S/. 320.00
TOTAL HERRAMIENTAS DE LABORATORIO						S/. 9,489.00

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00

	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 55 Herramientas de envasado y control de calidad, empaquetado y rotulado.

HERRAMIENTAS	ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD	Balanza de laboratorio analítica	Solid	S/. 650.00	1	S/. 650.00	
		Balanza de laboratorio de precisión	Solid	S/. 600.00	1	S/. 600.00	
		Analizador de Humedad	Otros	S/. 230.00	1	S/. 230.00	
		Probeta de vidrio 200ml	Otros	S/. 35.00	2	S/. 70.00	
		Probeta de vidrio 500ml	Otros	S/. 56.00	2	S/. 112.00	
		Pipeta de laboratorio	Otros	S/. 12.00	10	S/. 120.00	
		Pinzas de laboratorio	Otros	S/. 34.00	2	S/. 68.00	
		Rejilla de laboratorio	Otros	S/. 43.00	2	S/. 86.00	
		Microscopio compuesto metalico con luz led	Labor tech	S/. 2,700.00	2	S/. 5,400.00	
	Porta objetos de laboratorio	Otros	S/. 50.00	5	S/. 250.00		
	TOTAL HERRAMIENTAS DE ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD						S/. 7,586.00
	EMPAQUETADO Y ROTULADO	Rotuladora Portatil P-touch	Otros	S/. 349.00	2	S/. 698.00	
		Accesorios para cortar el rotulo	Otros	S/. 34.00	3	S/. 102.00	
		Guantes gruesos	Otros	S/. 22.00	1	S/. 22.00	
		Impresora de etiquetas	Otros	S/. 300.00	1	S/. 300.00	
TOTAL HERRAMIENTAS DE EMPAQUETADO Y ROTULADO						S/. 1,122.00	

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00

	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

6.4 Costos directos e indirectos

COSTOS DIRECTOS: El siguiente cuadro muestra la planilla de mano de obra directa.

Tabla N° 56 Cuadro de inflación proyectada

INFLACIÓN				
AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
2.0	2.0	2.0	2.0	2.0

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00	

	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 57 Planilla de mano de obra directa proyectada a 5 años

PUESTO/CARGO	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Inflación</i>		2.00	2.00	2.00	2.00
Jefe de Laboratorio	S/. 28,352.50	S/. 56,705.00	S/. 113,410.00	S/. 226,820.00	S/. 453,640.00
Jefe de Control de calidad	S/. 28,359.00	S/. 56,718.00	S/. 113,436.00	S/. 226,872.00	S/. 453,744.00
Ingeniero Quimico	S/. 21,269.25	S/. 42,538.50	S/. 85,077.00	S/. 170,154.00	S/. 340,308.00
Operador 1	S/. 17,008.80	S/. 34,017.60	S/. 68,035.20	S/. 136,070.40	S/. 272,140.80
Operador 2	S/. 17,011.50	S/. 34,023.00	S/. 68,046.00	S/. 136,092.00	S/. 272,184.00
Operador 3	S/. 19,187.75	S/. 38,375.50	S/. 76,751.00	S/. 153,502.00	S/. 307,004.00
TOTAL	S/. 131,188.80	S/. 262,377.60	S/. 524,755.20	S/. 1,049,510.40	S/. 2,099,020.80

PUESTO/CARGO	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Inflación</i>		2.00	2.00	2.00	2.00
Jefe de Laboratorio	S/. 28,352.50	S/. 56,705.00	S/. 113,410.00	S/. 226,820.00	S/. 453,640.00
Jefe de Control de calidad	S/. 28,359.00	S/. 56,718.00	S/. 113,436.00	S/. 226,872.00	S/. 453,744.00
Ingeniero Quimico	S/. 21,269.25	S/. 42,538.50	S/. 85,077.00	S/. 170,154.00	S/. 340,308.00
Operador 1	S/. 17,008.80	S/. 34,017.60	S/. 68,035.20	S/. 136,070.40	S/. 272,140.80
Operador 2	S/. 17,011.50	S/. 34,023.00	S/. 68,046.00	S/. 136,092.00	S/. 272,184.00
Operador 3	S/. 19,187.75	S/. 38,375.50	S/. 76,751.00	S/. 153,502.00	S/. 307,004.00
TOTAL	S/. 131,188.80	S/. 262,377.60	S/. 524,755.20	S/. 1,049,510.40	S/. 2,099,020.80

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 58 Costo MOD PROMEDIO por 5 años

PUESTO/CARGO	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Inflación</i>		2.00	2.00	2.00	2.00
Jefe de Laboratorio	S/ 28,352.50	S/ 56,705.00	S/ 113,410.00	S/ 226,820.00	S/ 453,640.00
Jefe de Control de calidad	S/ 28,359.00	S/ 56,718.00	S/ 113,436.00	S/ 226,872.00	S/ 453,744.00
Ingeniero Quimico	S/ 21,269.25	S/ 42,538.50	S/ 85,077.00	S/ 170,154.00	S/ 340,308.00
Operador 1	S/ 17,008.80	S/ 34,017.60	S/ 68,035.20	S/ 136,070.40	S/ 272,140.80
Operador 2	S/ 17,011.50	S/ 34,023.00	S/ 68,046.00	S/ 136,092.00	S/ 272,184.00
Operador 3	S/ 19,187.75	S/ 38,375.50	S/ 76,751.00	S/ 153,502.00	S/ 307,004.00
TOTAL	S/ 131,188.80	S/ 262,377.60	S/ 524,755.20	S/ 1,049,510.40	S/ 2,099,020.80

COSTO MOD PROMEDIO A 5 AÑOS				
AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
S/. 14.74	S/. 28.27	S/. 53.84	S/. 102.56	S/. 193.87
S/. 6.14	S/. 11.78	S/. 22.43	S/. 42.73	S/. 80.78
S/. 24.57	S/. 47.11	S/. 89.74	S/. 170.93	S/. 323.12
S/. 10.53	S/. 20.19	S/. 38.46	S/. 73.26	S/. 138.48
S/. 5.67	S/. 10.87	S/. 20.71	S/. 39.45	S/. 74.57
S/. 9.21	S/. 17.67	S/. 33.65	S/. 64.10	S/. 121.17
S/. 5.26	S/. 10.10	S/. 19.23	S/. 36.63	S/. 69.24
S/. 14.74	S/. 28.27	S/. 53.84	S/. 102.56	S/. 193.87
S/. 10.53	S/. 20.19	S/. 38.46	S/. 73.26	S/. 138.48
S/. 10.53	S/. 20.19	S/. 38.46	S/. 73.26	S/. 138.48
S/. 10.53	S/. 20.19	S/. 38.46	S/. 73.26	S/. 138.48
S/. 6.14	S/. 11.78	S/. 22.43	S/. 42.73	S/. 80.78
S/. 128.61	S/. 246.61	S/. 469.73	S/. 894.72	S/. 1,691.34

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00

	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

COSTOS INDIRECTOS: El siguiente cuadro muestra la planilla de mano de obra indirecta MOI proyectada por 5 años.

Tabla N° 59 Crecimiento proyectado por 5 años

CRECIMIENTO				
AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
3.0%	4.0%	5.0%	5.0%	5.0%

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00

EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00	
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 60 Planilla de mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)						
PUESTO/CARGO	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Crecimiento</i>		3.0%	4.0%	5.0%	5.0%	5.0%
Gerente General	S/. 2,953.39	S/. 35,440.63	S/. 36,858.25	S/. 38,701.16	S/. 40,636.22	S/. 42,668.03
Asistente Administrativo	S/. 1,772.44	S/. 21,269.25	S/. 22,120.02	S/. 23,226.02	S/. 24,387.32	S/. 25,606.69
Jefe de ventas	S/. 2,598.98	S/. 31,187.75	S/. 32,435.26	S/. 34,057.02	S/. 35,759.87	S/. 37,547.87
Vendedor 1	S/. 2,244.57	S/. 26,934.88	S/. 28,012.27	S/. 29,412.88	S/. 30,883.53	S/. 32,427.70
Auxiliar de limpieza	S/. 1,098.91	S/. 13,186.94	S/. 13,714.41	S/. 14,400.13	S/. 15,120.14	S/. 15,876.15
Personal externo	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 18,720.00	S/. 19,656.00	S/. 20,638.80	S/. 21,670.74
TOTAL	S/. 12,168.29	S/. 146,019.44	S/. 151,860.21	S/. 159,453.22	S/. 167,425.88	S/. 175,797.18

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00

	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 61 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Crecimiento</i>		3.0%	4.0%	5.0%	5.0%	5.0%
<i>Alquiler y mantenimiento de servicios</i>	S/. 1,745.00	S/. 20,940.00	S/. 21,777.60	S/. 22,866.48	S/. 24,009.80	S/. 25,210.29
<i>Útiles de oficina</i>	S/. 269.65	S/. 3,235.80	S/. 3,365.23	S/. 3,533.49	S/. 3,710.17	S/. 3,895.68
<i>Útiles de Limpieza</i>	S/. 680.00	S/. 8,160.00	S/. 8,486.40	S/. 8,910.72	S/. 9,356.26	S/. 9,824.07
<i>Equipos de protección para el personal</i>	S/. 283.80	S/. 3,405.60	S/. 3,541.82	S/. 3,718.92	S/. 3,904.86	S/. 4,100.10
<i>Mini cafetería</i>	S/. 169.00	S/. 2,028.00	S/. 2,109.12	S/. 2,214.58	S/. 2,325.30	S/. 2,441.57
TOTAL	S/. 3,147.45	S/. 37,769.40	S/. 39,280.18	S/. 41,244.18	S/. 43,306.39	S/. 45,471.71

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00

Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA				S/. 22,485.00

Tabla N° 62 Marketing y publicidad

MARKETING Y PUBLICIDAD						
CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Crecimiento</i>		3.0%	4.0%	5.0%	5.0%	5.0%
MARKETING / PUBLICIDAD / ACTIVACIÓN	S/. 8,385.50	S/. 92,003.00	S/. 95,683.12	S/. 100,467.28	S/. 105,490.64	S/. 110,765.17
PARTICIPACIÓN DE CONGRESO	S/. -	S/. -	S/. 15,600.00	S/. 16,380.00	S/. 17,199.00	S/. 18,058.95
TOTAL	S/. 8,385.50	S/. 92,003.00	S/. 111,283.12	S/. 116,847.28	S/. 122,689.64	S/. 128,824.12

Elaboración propia (2020)

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00

	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Tabla N° 63 Consumo de vela anual

CONSUMO DE VELA					
AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	
8,899	9,282	9,746	10,233	10,827	
21,358	22,276	23,390	24,560	25,984	
5,339	5,569	5,848	6,140	6,496	
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157	
23,138	24,133	25,339	26,606	28,149	
14,239	14,851	15,593	16,373	17,323	
24,918	25,989	27,289	28,653	30,315	
8,899	9,282	9,746	10,233	10,827	
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157	
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157	
12,459	12,995	13,644	14,326	15,157	
21,358	22,276	23,390	24,560	25,984	
TOTAL AÑO	177,983	185,636	194,918	204,664	216,534
PROMEDIO PRODUCTOS	14,832	15,470	16,243	17,055	18,045

Elaboración propia (2020)

Tabla N° 64 CIF por producto/promedio

	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
CIF TOTAL	S/. 23,701.24	S/. 275,791.84	S/. 302,423.51	S/. 317,544.68	S/. 333,421.92	S/. 350,093.01
PROMEDIO DE PRODUCTOS		14,832	15,470	16,243	17,055	18,045
CIF POR PRODUCTO/PROMEDIO		S/. 18.59	S/. 19.55	S/. 19.55	S/. 19.55	S/. 19.40

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00	
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00

Elaboración propia (2020)

6.5 Proceso de producción u operación

En esta parte del proyecto contaremos con los diagramas de flujo de nuestras principales actividades claves, mediante un diagrama de flujo estandarizamos dichas actividades para un mejor manejo y funcionamiento del mismo

Atención al cliente

Este proceso es muy importante, pues influye de gran manera si el cliente va a adquirir el producto a ofrecer o no. El cliente ingresará al local, donde será recibido por una persona en recepción. Esta persona le dará una cordial bienvenida y escuchará atentamente al cliente. Normalmente, el consumidor pregunta acerca del producto u ofertas, de ser el caso, la recepcionista brindará toda la información necesaria, ya sea del producto, formas de uso, precio, promociones, o incluso, información de la misma empresa. De ser adquirido el producto, se procederá a hacer el cobro del mismo, mientras se va explicando a detalle más propiedades de la vela. Finalmente, se le agradecerá por su preferencia, despidiendo al consumidor y esperando una próxima visita.

Control de producción

La empresa tendrá un control periódico de producción, esto para mantener en orden todos los procesos necesarios para la realización de un buen producto. Este control se hará de principio a fin, desde la materia prima, hasta el envase del producto.

Se realizará esto ya que, como la atención al cliente, es un factor muy importante en la decisión del cliente y la relación de ellos con la empresa.

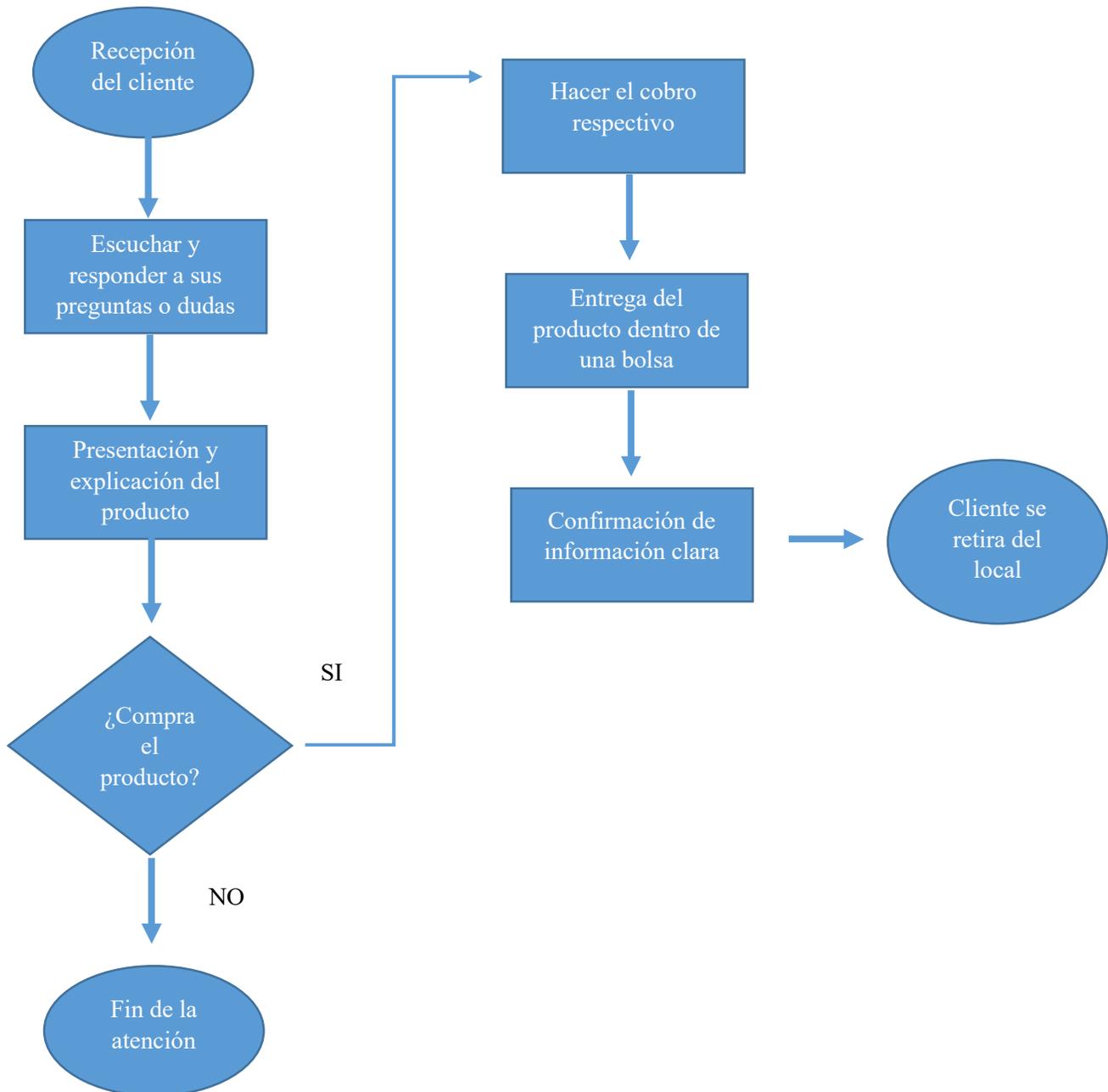
Publicidad

La persona encargada de esta área tendrá la tarea de hacer la marca conocida de forma positiva, usando su ingenio e imaginación, así como armar estrategias para los intereses dados por la empresa. Una vez plasmada sus ideas y estrategias para la publicidad, se procederá a cotizar, esto para evitar exceder el presupuesto previsto. También se revisará qué tan satisfactorio podría ser el resultado de la publicidad. De ser aprobado, se ejecutará la campaña, que será supervisada para el éxito de la misma.

Selección y contratación de personal calificado

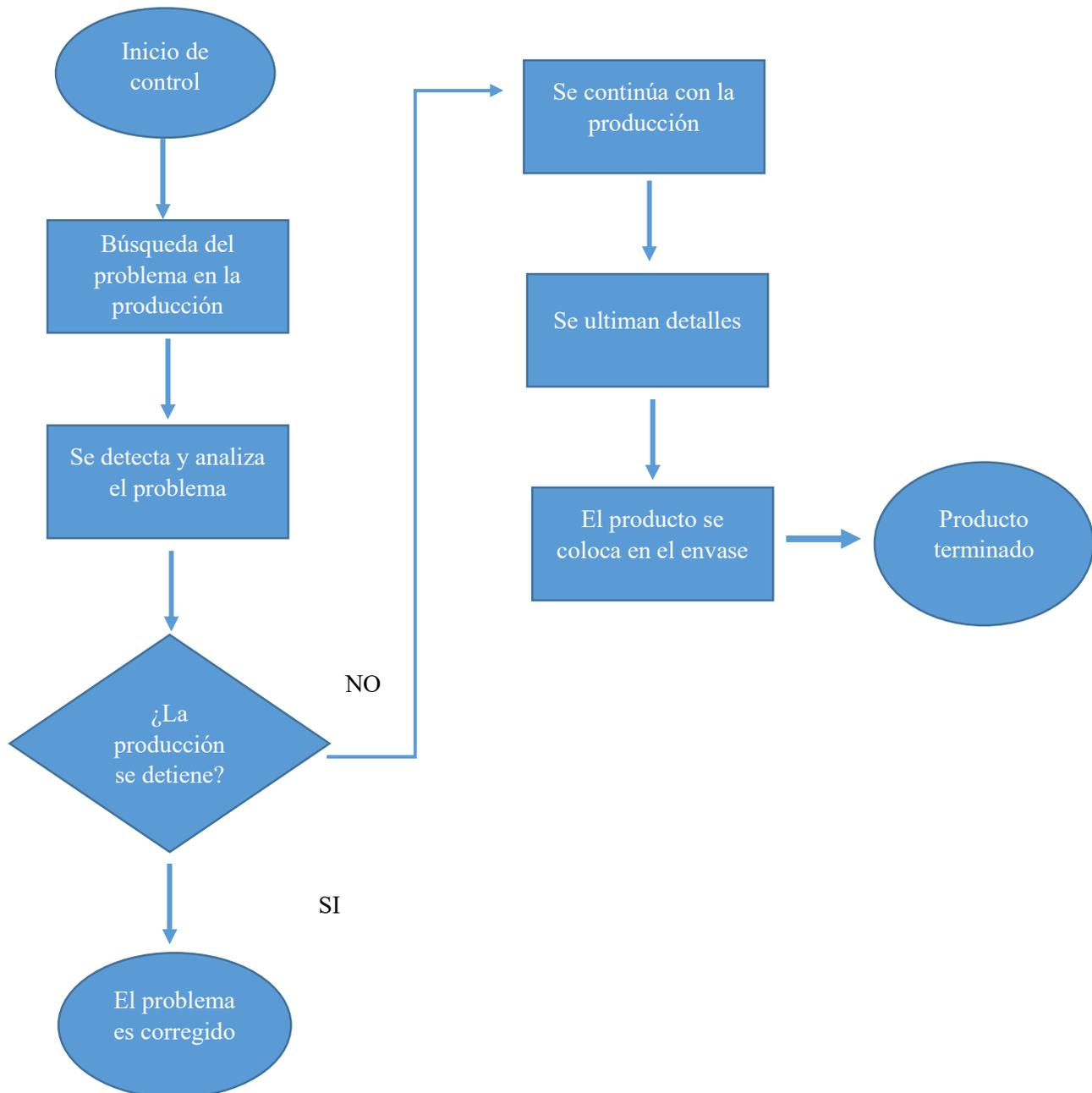
Las ofertas laborales de la empresa serán publicadas en distintos sitios web enfocados a esto. Se analizará al detalle cada hoja de vida enviada, priorizando la experiencia de cada postulante, el tiempo, disponibilidad, entre otras cosas. Una vez completado los requisitos mínimos, se le citará para una entrevista formal, que estará a cargo de uno de los dueños, pues aún no habrá persona encargada de recursos humanos. Las personas aceptadas para formar parte de la empresa, tendrán que firmar un contrato laboral y empezar con sus tareas correspondientes lo más pronto posible.

Gráfico N° 62 Diagrama de flujo de atención al cliente



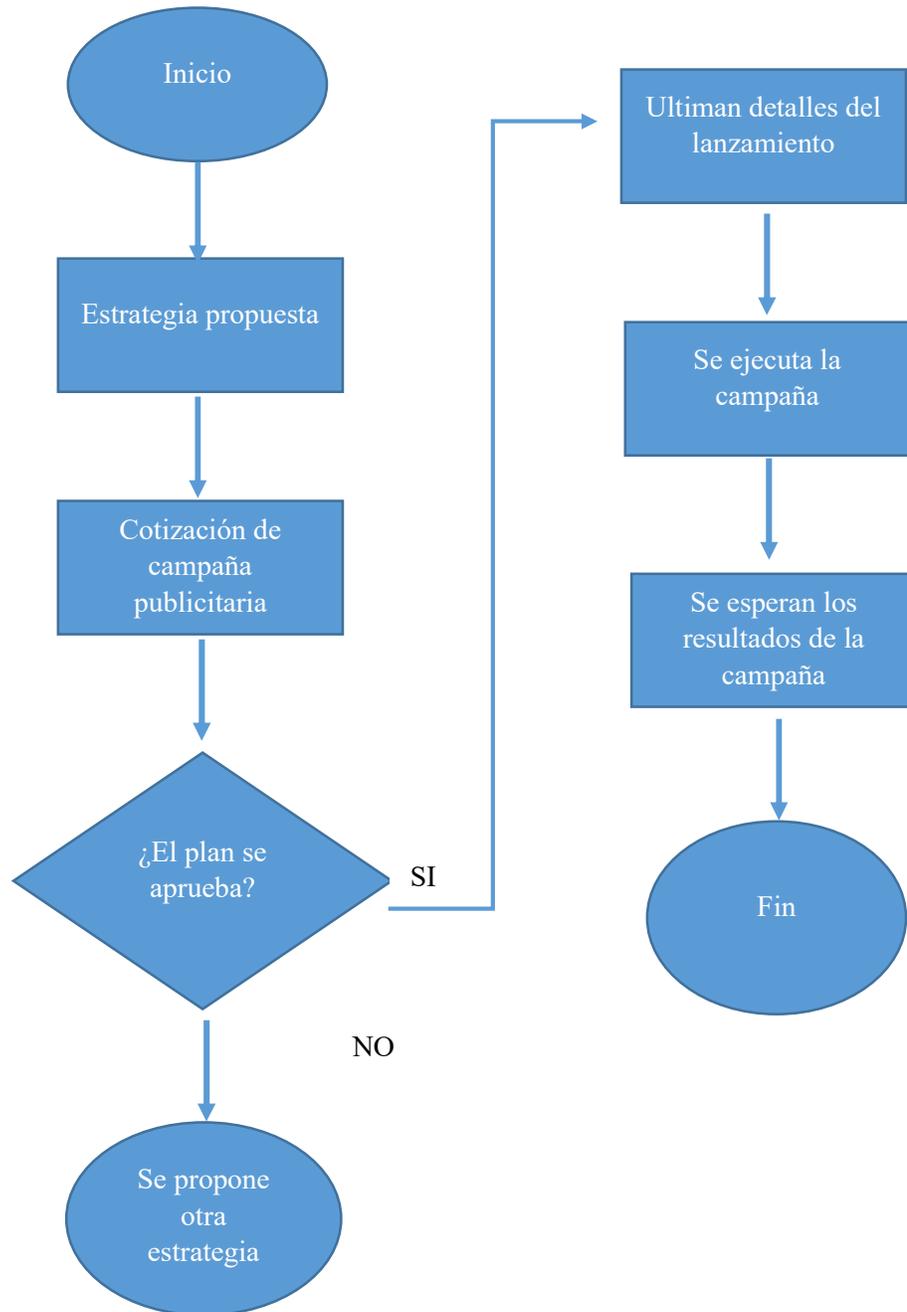
Elaboración propia (2020)

Gráfico N°63 Diagrama de flujo de control de problema en la producción



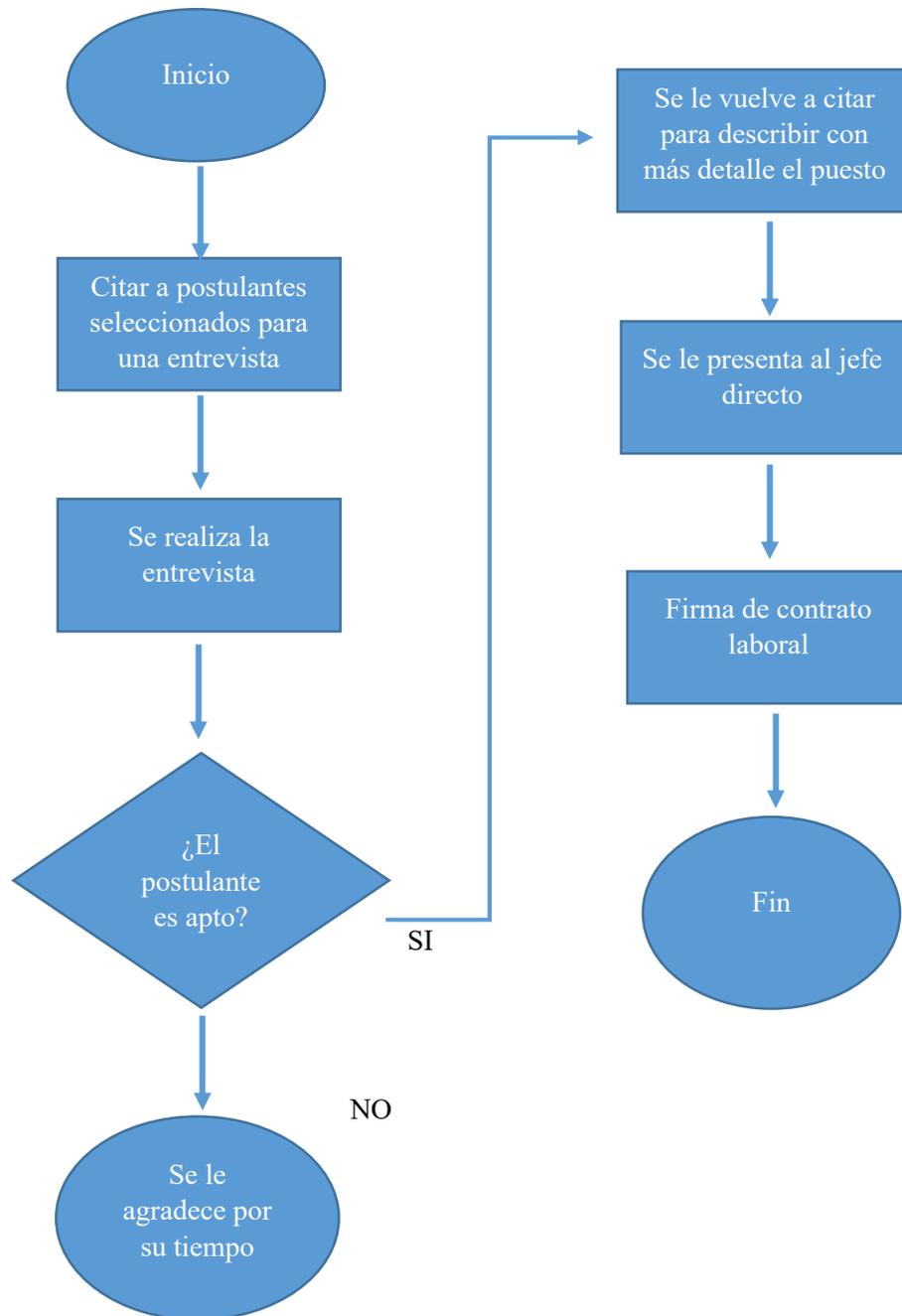
Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 64 Diagrama de flujo de control de estrategias propuestas



Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 65 Diagrama de flujo de selección y contratación de personal certificado



Elaboración propia (2020)

6.6 Certificaciones necesarias

La empresa se preocupa en brindar un buen producto al consumidor, basándose en estándares de calidad correctamente aplicado en cada proceso de la organización.

Para lograr esto, los gabinetes y mesas de trabajo serán provisionadas por la empresa ArqStyle, una empresa con una excelente reputación, pues ofrecen productos hechos con materiales de excelente calidad y certificaciones que avalan lo mencionado.

Los productos para laboratorio de Arq Style están fabricados en lámina de acero recubierto en polvo epóxico aplicado electrostáticamente.

También ofrecen correderas de extensión total importadas de la marca Knope&Vogt con acabado cromo y deslizamiento suave. Este material cuenta con certificación ISO 9001, lo que garantiza la calidad necesaria y requerida por la empresa.

Además, ofrecen bisagras tropicalizadas especiales para laboratorio, con resistencia a la corrosión y manejo suave de la puerta. Estas puertas son abatibles tipo "tambor" de acero, recubiertas en pintura en polvo, con color de acuerdo a la elección del solicitante. Zoclo de acero recubierto en polvo de aplicación electrostática.

Gráfico N° 66 Mesa de laboratorio – acero inoxidable



Fuente: Laboratorio Químico (2020)

Gráfico N° 67 Gabinetes de laboratorio – acero inoxidable



Fuente: Laboratorio Químico (2020)

6.7 Impacto en el medio ambiente

O'Zents se preocupa por el cuidado del medio ambiente, pues se es consciente del gran impacto negativo que suelen generarlas empresas en el entorno. Para poder contrarrestar todo esto, se tendrá un plan de responsabilidad social la cual estará basada en el uso de cartón como material de empaque del producto a vender.

De acuerdo con inforeciclaje.com, el uso de cartón es beneficioso, pues, al ser reciclado, se podría ahorrar hasta 140 litros de petróleo, 50,000 litros de agua y 900 kilos de dióxido de carbono, afirmando así, su aporte al cuidado ambiental.

Este cartón, podrá ser reciclado para futuras actividades, evitando desechos que podrían contaminar el entorno. Además, se escogió este material debido al cuidado que necesita la vela al ser transportado, ya que, el cartón protege el producto de golpes o caídas, que podrían causar malformaciones en el producto, afectando el aspecto estético en éste.

CAPÍTULO VII

PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1 Constitución de la empresa

Pasos, requisitos y procedimientos para la creación de una empresa:

1. Búsqueda y reserva del nombre en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos:

SUNARP (2018), indica:

La Reserva de Nombre es el paso previo para la constitución de una empresa. No es un trámite obligatorio, pero es recomendable efectuarla para facilitar la inscripción de una empresa en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Este trámite se puede realizar por la vía física (atención en ventanillas) o mediante el Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL), y el plazo para su calificación es de 24 horas.

A través de la Reserva de Preferencia Registral (Reserva de Nombre) se garantiza que durante los próximos 30 días nadie pueda utilizar el nombre en reserva. El costo de la reserva es de S/.20.00.

Durante el plazo de calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público tiene que verificar si existe igualdad con otro nombre, denominación -completa o abreviada-, o razón social ingresados con anterioridad al Índice Nacional del Registro de Personas Jurídicas.

Previo al trámite de Reserva de Nombre, se puede realizar la consulta gratuita de Búsqueda de Nombre a través de la web (www.sunarp.gob.pe) o la App Sunarp.

Requisitos:

- Tener su DNI vigente y si es extranjero su carnet de extranjería.
- Llenar el formulario de solicitud de reserva de nombre de persona jurídica.

2. Elaboración de la Minuta de Constitución:

Es un documento privado donde los miembros de la constitución dan por escrito que quieren constituir una empresa este documento es firmado por un abogado para presentar ante un notario donde está señalado todos los acuerdos respectivos.

Requisitos:

- 02 copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges.
- Original y 02 copias de Búsqueda y reserva de nombre.

- Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital.
- Formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas.

Pasos a seguir:

- En una notaría presentas los requisitos y solicitas el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.
- En un Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) presentas todos los requisitos y solicitas el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.
- En un Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC) lleva los requisitos a una de estas oficinas y solicitas el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.
(Gestion,2018)

3. Abono de capital y bienes:

Después de realizar tu solicitud de la Acta de Constitución, debemos de abonar el capital ya sea activo o en efectivo de los socios.

Requisitos:

- DNI vigente
- Formato de acta de constitución.

Procedimiento:

- Abrir una cuenta en el banco de su preferencia y depositar el dinero de los socios.
- También realizar inventario de los bienes de los socios.

4. Realizar la elaboración de escritura Pública:

“La Escritura Pública es un documento legal elaborado por un notario público para la inscripción de la empresa en Registros Públicos. El notario da fe del contenido y la envía a Registros Públicos para su inscripción.” (Mi Empresa propia, 2018)

Requisitos

- Copia de DNI vigente de socios.
- Formato de acto constitutivo.
- Depósito o voucher del capital aportado en el banco.

- El pago de los derechos notariales.

5. Inscripción en Registros Públicos:

“Una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la Inscripción de la empresa en los Registros Públicos. Este procedimiento normalmente es realizado por el notario.” (Gestión,2018)

(Mi empresa propia) nos indica:

Existen dos tipos de registros:

- Registros de Sociedades
- Registros de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

Documentos:

- Formato de solicitud de inscripción
- Copia del documento de identidad del representante legal
- Escritura Pública con el Pacto Social y el Estatuto
- Comprobante de pago por los derechos registrales

Costos:

- 1.08% UIT por derechos de calificación
- 3/1000 del valor del capital por derechos de inscripción

6. Inscripción al Registro Único de Contribuyentes (número de RUC)

El número del RUC conta de 11 dígitos la cual te identifica como persona jurídica que el trámite se realiza en la SUNAT.

Requisitos:

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social Inscrita.
- Recibo de servicio (Luz o agua), no mayor a dos meses de antigüedad.
- Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos.
- Formulario 2054: Representantes Legales, directores, Miembros Del Consejo Directivo.

7. Elección del régimen tributario ante la SUNAT:

(Destino Negocio), nos indica:

Para la obtención de tu RUC debes elegir un régimen tributario, al que te vas a acoger para el pago de tus impuestos y obligaciones, según el tipo de empresa que hayas constituido: Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), o al Régimen General. Para adoptar la mejor opción, la SUNAT señala que se debe considerar el monto de los ingresos que se proyecta tener anualmente y el tipo de clientes a los que venderá sus bienes o servicios.

8. Inscripción de trabajadores a ESSALUD:

(Perú PYME) nos indica:

La afiliación de los trabajadores se realiza a través del Programa de Declaración Telemática – PDT Formulario Virtual N° 601 Planilla Electrónica, si la entidad empleadora cuenta con 3 a más trabajadores, y en el Formulario N° 402 si cuenta con menos de 3 trabajadores, La tasa de aportaciones es de 9% (2013, p. 3)

9. Comprar y legalizar los libros contables:

Requisitos:

- Compra los Libro contable de acuerdo al tipo de empresa.
- Legalizarlo ante un Notario los libros contables.
- Comprar Libro contable principal y auxiliar.

Nuestra empresa se encuentra en el Régimen Especial y tiene que presentar los siguientes libros:

- Libro de Inventarios y Balance
- Registro de Compras - Registro de Ventas e Ingresos
- Libro de Planillas de Sueldos y Salarios
- Libro de Retenciones de 5ta categoría

10. Realizar permisos, autorización o registros especiales:

Se debe tramitar permisos, autorizaciones o registros especiales en las entidades correspondientes si es necesario. Corresponde a empresas cuyas actividades a realizar requieran solicitar autorización previa del sector competente.

11. Tramitar Licencia de funcionamiento en la Municipalidad distrital:

Los trámites lo realizas en la municipalidad de tu distrito en este caso nosotros lo realizaremos en Santiago de surco lo cual nos piden estos requisitos:

- Una fotocopia del RUC
- La declaración jurada de funcionamiento llenada.
- Certificado de Zonificación.
- Croquis de la ubicación de la empresa
- Declaración jurada de Seguridad en defensa Civil.
- Copia de escritura pública.
- Recibo de pago por derecho de trámite de Licencia.

Régimen tributario

El régimen tributario seleccionado para el plan de negocios propuesto es el MYPE. La razón se detalla a continuación:

1. Pago a cuenta mensual del 1% para contribuyentes con ingresos anual de 300 UIT.
2. Lleva libros y registros de acuerdo a los ingresos obtenidos.
3. Tasa del impuesto de 10% progresivo sobre la renta neta imponible hasta 15 UIT y sobre el exceso la tasa de 29.5%. Al ser un plan de negocios que inicia recién sus operaciones nos permite reducir costos tributarios al seleccionar dicho régimen tributario el mismo que nos da la opción de pasarse al Régimen General siempre que pasemos el límite de ventas establecido por la SUNAT.

Tabla N° 65: Obligaciones Tributarias

OBLIGACIONES	DESCRIPCIÓN
Comprobantes de Pago que emiten	Facturas, boletas de venta y tickets de máquina registradora. La impresión de comprobantes se tramita ante una imprenta autorizada por la SUNAT. Las Facturas pueden ser emitidas en forma electrónica a través del portal de la SUNAT. Esta modalidad es opcional.
Libros y Registros Contables	Registro de Compras y Registro de Ventas, que se llevan en forma impresa o electrónica a través del Programa de Libros Electrónicos - PLE. En este caso la modalidad es opcional. Los Libros de formato impreso se legalizan antes de su uso.
Planilla Electrónica	El Titular o Empresa como Empleador, se inscribe en el T- Registro y también a sus trabajadores y presenta la PLAME mensual ante la SUNAT para pagar Essalud y ONP en caso haya afiliados al Sistema Nacional de Pensiones.
Tributos mensuales afectos	Por Impuesto a la Renta: se paga cuota del 1.5 % sobre los ingresos netos mensuales. Por el IGV: se paga el 18% sobre las ventas del mes, con deducción del IGV pagado en las compras.
Declaración Anual	No están obligados a presentar por que los pagos mensuales del impuesto a la renta son definitivos.

Fuente: SUNAT

Marco legal legislación laboral

Tabla N °66: Diferencia de micro y pequeña empresa

	Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	De 1 a 10 trabajadores	Monto máximo de 150 UITs

Pequeña empresa	De 1 a 100 trabajadores	Monto máximo de 1700 UITs
-----------------	-------------------------	---------------------------

Elaboración propia (2020)

A fin de explicar la decisión de la opción del Régimen Laboral Especial para Pequeñas Empresas en comparación con el Régimen Laboral General, se detalla los beneficios en la tabla 80 comparativo de regímenes laborales.

Tabla N°67 Requisitos de acuerdo al Régimen laboral

Régimen laboral	General vigente	Pequeña empresa vigente	Microempresa vigente
Remuneración mensual referencial (S/.)*	1,741		
Costos laborales "no salariales" a cargo del empleador (% adicional de la remuneración)	54.4%	29.1%	5.0%
CTS	10.1%	4.9%	-
Gratificaciones	17.4%	8.3%	-
Vacaciones	8.7%	4.2%	4.2%
Seguro de salud	10.9%	9.8%	0.9%
Asignación familiar	4.3%	-	-
Seguro de vida	0.6%	0.6%	-
Seguro complementario de trabajo de riesgo	1.5%	1.3%	-
SENATI	0.9%	-	-

Fuente: Alfredo Villavicencio Ríos Profesor de Derecho del Trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Marco legal registro IPRESS

La Superintendencia Nacional de Salud (SUSALUD, 2017) define:

Las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPRESS), como aquellos establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo, públicos, privados o mixtos, creados y por crearse, que realizan atención de salud con fines de prevención, promoción, diagnóstico, tratamiento y/o rehabilitación; así como aquellos servicios complementarios o auxiliares de la atención médica, que tienen por

finalidad coadyuvar en la prevención, promoción, diagnóstico, tratamiento y/o rehabilitación de la salud.

7.2 Obligaciones y planilla del personal

En estas tablas observaremos el pago de los trabajadores en planilla, contaremos con 8 trabajadores estos reciben todos los beneficios de acuerdo a ley está estipulado, detallaremos su sueldo básico, aportes, vacaciones, cts., entre otros.

Tabla N°68: Planilla de la remuneración del personal

PUESTO/CARGO	INGRESOS DEL TRABAJADOR			TOTAL INGRESOS	ESSALUD	DESCUENTO OBLIGATORIO				TOTAL DE DESCUENTO AFP
	Sueldo básico	Asignación familiar	Otros Ingresos		9%	AFP DEL EMPREADO	AFP Aportación obligatoria	AFP Comisión	AFP Seguro	
Gerente General	S/. 2,500.00	S/. -	S/. -	S/. 2,500.00	S/. 225.00	PRIMA	10%	1.60%	1.35%	12.95%
Asistente Administrativo	S/. 1,500.00	S/. -	S/. -	S/. 1,500.00	S/. 135.00	HABITAT	10%	1.47%	1.35%	12.82%
Jefe de Laboratorio	S/. 2,000.00	S/. -	S/. -	S/. 2,000.00	S/. 180.00	PRIMA	10%	1.60%	1.35%	12.95%
Jefe de Control de calidad	S/. 2,000.00	S/. -	S/. -	S/. 2,000.00	S/. 180.00	HABITAT	10%	1.47%	1.35%	12.82%
Ingeniero Químico	S/. 1,500.00	S/. -	S/. -	S/. 1,500.00	S/. 135.00	HABITAT	10%	1.47%	1.35%	12.82%
Operador 1	S/. 1,200.00	S/. -	S/. -	S/. 1,200.00	S/. 108.00	PROFUTURO	10%	1.69%	1.35%	13.04%
Operador 2	S/. 1,200.00	S/. -	S/. -	S/. 1,200.00	S/. 108.00	PRIMA	10%	1.60%	1.35%	12.95%
Jefe de ventas	S/. 1,800.00	S/. -	S/. 400.00	S/. 2,200.00	S/. 198.00	PRIMA	10%	1.60%	1.35%	12.95%
Vendedor 1	S/. 1,500.00	S/. -	S/. 400.00	S/. 1,900.00	S/. 171.00	PRIMA	10%	1.60%	1.35%	12.95%
Auxiliar de limpieza	S/. 930.00	S/. -	S/. -	S/. 930.00	S/. 83.70	HABITAT	10%	1.47%	1.35%	12.82%
TOTAL MENSUAL				S/. 16,930.00	S/. 1,523.79					

Elaboración propia (2020)

Tabla N°69: Planilla de la remuneración del personal anual

DESCUENTO AFP	NETO A PAGAR MENSUAL	OTROS PAGOS MENSUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
S/. 323.75	S/. 2,176.25	S/. 453.39	S/. 2,953.39	S/. 35,440.63
S/. 192.30	S/. 1,307.70	S/. 272.44	S/. 1,772.44	S/. 21,269.25
S/. 259.00	S/. 1,741.00	S/. 362.71	S/. 2,362.71	S/. 28,352.50
S/. 256.40	S/. 1,743.60	S/. 363.25	S/. 2,363.25	S/. 28,359.00
S/. 192.30	S/. 1,307.70	S/. 272.44	S/. 1,772.44	S/. 21,269.25
S/. 156.48	S/. 1,043.52	S/. 217.40	S/. 1,417.40	S/. 17,008.80
S/. 155.40	S/. 1,044.60	S/. 217.63	S/. 1,417.63	S/. 17,011.50
S/. 284.90	S/. 1,915.10	S/. 398.98	S/. 2,598.98	S/. 31,187.75
S/. 246.05	S/. 1,653.95	S/. 344.57	S/. 2,244.57	S/. 26,934.88
S/. 119.23	S/. 810.77	S/. 168.91	S/. 1,098.91	S/. 13,186.94
S/. 2,185.81	S/. 14,744.19	S/. 3,071.71	S/. 20,001.71	S/. 240,020.49

Elaboración propia (2020)

Tabla N° 70 Sueldos de trabajadores y beneficios

PUESTO/CARGO	GRATIFICACIÓN ANUAL		CTS ANUAL		VACACIONES		TOTAL OTROS PAGOS ANUAL	OTROS PAGOS MENSUAL
	50%	2	50%	2	50%	1		
Gerente General	S/. 2,176.25		S/. 2,176.25		S/. 1,088.13		S/. 5,440.63	S/. 453.39
Asistente Administrativo	S/. 1,307.70		S/. 1,307.70		S/. 653.85		S/. 3,269.25	S/. 272.44
Jefe de Laboratorio	S/. 1,741.00		S/. 1,741.00		S/. 870.50		S/. 4,352.50	S/. 362.71
Jefe de Control de	S/. 1,743.60		S/. 1,743.60		S/. 871.80		S/. 4,359.00	S/. 363.25
Ingeniero Químico	S/. 1,307.70		S/. 1,307.70		S/. 653.85		S/. 3,269.25	S/. 272.44
Operador 1	S/. 1,043.52		S/. 1,043.52		S/. 521.76		S/. 2,608.80	S/. 217.40
Operador 2	S/. 1,044.60		S/. 1,044.60		S/. 522.30		S/. 2,611.50	S/. 217.63
Jefe de ventas	S/. 1,915.10		S/. 1,915.10		S/. 957.55		S/. 4,787.75	S/. 398.98
Vendedor 1	S/. 1,653.95		S/. 1,653.95		S/. 826.98		S/. 4,134.88	S/. 344.57
Auxiliar de limpieza	S/. 810.77		S/. 810.77		S/. 405.39		S/. 2,026.94	S/. 168.91
TOTAL	S/. 14,744.19		S/. 14,744.19		S/. 7,372.10		S/. 36,860.49	S/. 3,071.71

Elaboración propia (2020)

Tabla N° 71. Aportes de los trabajadores

AFP	Aporte Obligatorio	AFP Comisión	AFP Seguro	ONP
PRIMA	10%	1.60%	1.35%	13%
INTEGRA	10%	1.55%	1.35%	
PROFUTURO	10%	1.69%	1.35%	
HABITAT	10%	1.47%	1.35%	

Elaboración propia (2020)

Así mismo nuestras obligaciones son con los externos contaremos con un asesor contable y un Community manager, el cual se les pagará por recibos por honorarios.

Gráfico N° 68 Recibo por honorario asesor contable

TORRES CHAUCA ISAIAS MIGUEL CAL. JOAQUIN CAPELLO NRO. 551 DPTO. 203 LIMA - LIMA MIRAFLORES TELÉFONO: 7944259		R.U.C. 10100604367 RECIBO POR HONORARIOS ELECTRÓNICO NRO: E001-76	
Recibí de	OZENT'S CERA DE VELAS		
Identificado con	RUC		
Número	20xxxxxxxxxx		
La suma de	QUINIENTOS Y 00/100 NUEVOS SOLES		
Por Concepto de	ASESOR CONTABLE Y PLANILLA MENSUAL		
Observación	-		
Inciso	"A" DEL ARTÍCULO 33 DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA		
Fecha	xx/xx/xxxx		
		Total por Honorarios	500
		Retención (10%) IR	0.00
		Total Neto Recibido	500 NUEVOS SOLES

Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 69 Recibo por honorario Community manager

CARRASCO PINEDO JOSE CARLOS CAL. JOSE MARIATEGUI NRO. 6541 DPTO. 403 LIMA - LIMA LA MOLINA TELÉFONO: 2743993		R.U.C. 10465284817 RECIBO POR HONORARIOS ELECTRÓNICO NRO: E001-56	
Recibí de	OZENT'S CERA DE VELAS		
Identificado con	RUC		
Número	20xxxxxxxxx		
La suma de	UN MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES		
Por Concepto de	IMPLEMENTACIÓN PÁGINA WEB Y MANEJO DE REDES SOCIALES		
Observación	-		
Inciso	"A" DEL ARTÍCULO 33 DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA		
Fecha	xx/xx/xxxx		
		Total por Honorarios	1,000.00
		Retención (10%) IR	0.00
		Total Neto Recibido	1,000.00 NUEVOS SOLES

Elaboración propia (2020)

7.3 Estructura organizacional

Todas las empresas necesitan de una estructura organizacional de acuerdo a su industria y las necesidades que requiera por parte de las actividades, sus procesos y el funcionamiento de la empresa.

Por ello que nuestra empresa “OZENT’S” tendrá una estructura organizacional funcional con un sistema jerárquico por el que se gestionará de acuerdo a nuestra necesidad en el negocio.

El académico Mintzberg (1984) sostiene: “Una estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.”

Las ventajas que podemos obtener de la organización funcional son:

- Líneas de comunicación clara y concisa.
- Control y seguimiento en las áreas y los procesos.
- Eficiencia del personal y especialización en el trabajo

Organigrama

“OZENT’S” tendrá un organigrama donde se muestre los cargos y puestos, que se acoplen a las secciones internas especializadas y que refleje el modelo organizacional escogido (Louffat, 2012) nuestro organigrama será por su naturaleza micro administrativo, por su contenido funcional, por su distribución gráfica vertical.

Estructura de la organización

Para que una empresa funcione correctamente, es necesario contar con una estructura organizacional que tenga relación con el rubro al que se dirige. Asimismo, se debe detallar el requerimiento por parte los procesos, el funcionamiento y las actividades de la misma.

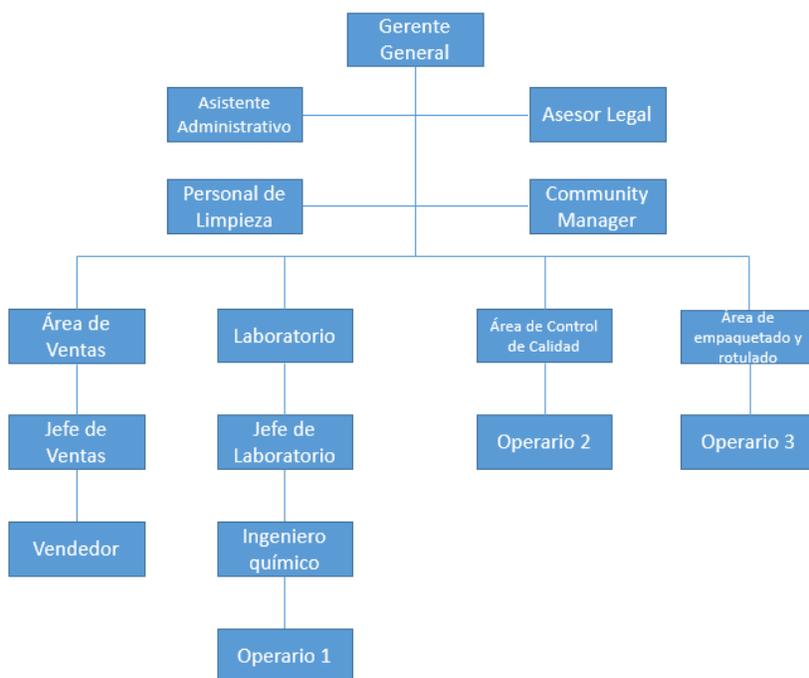
Por ello que la empresa O’Zents, tendrá una estructura organizacional funcional con un sistema jerárquico por el que se gestionará de acuerdo a nuestra necesidad en el negocio.

Las ventajas que podemos obtener de la organización funcional son:

- Líneas de comunicación clara y concisa.
- Correcto control y continuo seguimiento a los procesos y áreas.
- Eficiencia del personal y especialización en el trabajo.

O’Zents dispondrá de un organigrama, en el cual se mostrará las áreas y puestos. Dicho organigrama será hecho en base a un modelo micro administrativo, por el contenido de funciones y su distribución gráfica vertical.

Gráfico N°70 Organigrama inicial de “OZENT’S”



Elaboración propia (2020)

Horario del personal

La jornada laboral del personal fue hecha cumpliendo las bases de la legislación de trabajo de la ley MYPE, en la que se señala 48 horas a la semana como máximo para una jornada laboral, y un día de descanso, además de una hora de refrigerio. Esto rige para todo el personal presentado en el organigrama, a excepción del community manager y el asesor contable, que son trabajadores externos. Sus servicios son solicitados cuando la empresa lo requiera.

El local de la empresa estará abierto de lunes a sábado de 12:00pm a 8:00pm, siendo los domingos el día de descanso. A continuación, se especificará el horario del personal:

Tabla N°72: Horario del personal de Ozent's

Lunes - sábado	
11:00 a.m. – 8:00 p.m.	
Turno 8 horas	Refrigerio almuerzo (1h)
1	Gerente general
1	Asistente administrativo
1	Jefe de laboratorio
1	Jefe de control de calidad
1	Jefe de ventas
1	Ingeniero químico
1	Operadores
1	Vendedores
1	Encargado de limpieza

Elaboración propia (2020)

7.4 Descripción de funciones

A continuación, detallaremos en un manual específico de funciones y competencias laborales del personal de Ozent's.

Contará con las partes de Identificación, Propósito principal, descripción de funciones esenciales, conocimientos básicos y esenciales y el requisito de estudio y experiencia.

- Gerente General
- Asesor Contable
- Community Manager
- Asistente administrativo
- Jefe de control de calidad
- Jefe de ventas
- Jefe de laboratorio
- Ingeniero químico
- Operador
- Vendedor

Tabla N°73 Manual específico de funciones y competencias laborales Gerente General

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Profesional
Dominación del cargo:	Gerente general
Dependencia:	Área administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Socios
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Dirige, evalúa y organiza las actividades de la empresa. También busca soluciones frente a los distintos percances que se presente. Además, es el encargado del personal en general, del reclutamiento, contratación de los mismos y el área administrativa.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dirigir la empresa y a los colaboradores para el correcto funcionamiento de la empresa. 2. Avalora el desempeño del colaborador y los guía cada cierto tiempo acorde a sus funciones. 3. Programa, coordina y supervisa que se cumplan las normas y políticas dentro de la empresa. 4. Negocia y acuerda con los proveedores. También organiza la logística de la empresa. 5. Evalúa, selecciona y contrata al personal adecuado para cada puesto laboral. 6. Ejecuta planes de marketing, para después supervisar el número de ventas. 7. Organiza, revisa y es responsable de la firma de documentos de la empresa. 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Administración, selección del personal, computación (office), gestión de inventario, marketing y gestión en finanzas.	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Título profesional en administración o carreras afines. 2. Experiencia mínima de 3 años en el rubro. 3. Nivel de ofimática intermedio – avanzado. 4. Excelente redacción de documentos y digitación. 5. Poseer las habilidades y competencias: creatividad, iniciativa, liderazgo, ética, responsabilidad, trabajo en equipo, comunicación asertiva, capacidad de tomar decisiones e incentivar al grupo de trabajo. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°74: Manual específico de funciones y competencias laborales Asesor Contable

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Profesional
Dominación del cargo:	Asesor contable
Dependencia:	Externa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
2.- PROPOSITO PRINCIPAL	
Administrar, organizar, supervisar y registrar los documentos que son del área contable y evaluar los estados financieros de la empresa.	
3.-DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar el proceso, emisión y control de los libros contables principales y auxiliares, también su normalización. 2. Asesorar a la empresa sobre las decisiones financieras y crediticias. 3. Responsable de declaraciones juradas ante la SUNAT y sobre las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional. 4. Brindar de forma concisa y confiable los reportes acerca de la situación financiera de la empresa. 5. Realizar auditorías financieras acerca de la empresa. 6. Garantizar el registro correcto de los ingresos y egresos de dinero efectuados en la empresa. 	
4.- CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Conocimientos en la contabilidad, habilidades numéricas, analíticas, conocimiento en los libros contables, auditoría, en leyes civiles, correcta digitación y manejo de Excel.	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Título profesional en Contabilidad. 2. Experiencia mínima de 3 años. 3. Poseer las habilidades y competencias basadas en ser honesto, confidencial, disciplinado, atinado, puntual, que disponga de un correcto trato laboral y buena presentación. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°75: Manual específico de funciones y competencias laborales Community Manager

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Técnico y/o certificado
Dominación del cargo:	Community Manager
Dependencia:	Externo
Cargo del jefe inmediato:	Administrador
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Encargado del marketing digital para la gestión y desarrollo de la comunidad online de la empresa, nombre y marca dentro del mundo digital.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestiona la imagen de la empresa por medio de la realización de publicaciones en las distintas redes sociales y página web. 2. Encargado de manejar correctamente las campañas de publicidad digital (Ads). 3. Responder las preguntas e inquietudes de los clientes en los medios digitales. 4. Crear y controlar el contenido (imágenes, videos, publicidad) que se presentará en redes sociales y página web. 5. Actualizar a la empresa con las nuevas tendencias del mundo digital y monitorear las publicaciones y novedades del rubro de la empresa. 6. Identificar a los suscriptores y crear estrategias para una relación sólida con ellos. 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Dominio y conocimiento de medios digitales, manejos de los programas de edición y diseño de Adobe, comunicación y redacción creativa, conocimientos de marketing digital.	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Técnico y/o certificado de estudios de Community Manager. 2. Experiencia mínima de 1 año en el marketing digital. 3. Habilidades blandas: creativo, proactivo, comunicador, empático. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°76: Manual específico de funciones y competencias laborales Asistente administrativo

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Técnico o profesional
Dominación del cargo:	Asistente administrativo
Dependencia:	Área administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Brindar soporte necesario para las actividades administrativas, cumpliendo con las normas y políticas de la empresa para una correcta labor.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyar a gerencia general. 2. Atender a cada cliente que ingresa al local. 3. Controlar eficazmente la caja chica. 4. Llevar control de inventarios. 5. Encargado de cualquier actividad administrativa fuera del local. 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Conocimiento en atención al cliente, lidiar con problemas, habilidades de redacción y numéricas. Tener un buen nivel de compromiso con la empresa y con el puesto.	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional y/o técnico en administración de empresas. 2. Experiencia mínima de 2 años como administrador o asistente administrativo. 3. Haber tenido personas a cargo. 4. Sentido de responsabilidad, organización y urgencia 5. Dominio Office a nivel básico – intermedio. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°77: Manual específico de funciones y competencias laborales Jefe de control de calidad

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Técnico o profesional
Dominación del cargo:	Jefe de control de calidad
Dependencia:	Área administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Responsable del área de control de calidad de la producción de la empresa.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacita sobre el control de calidad al personal de la empresa. 2. Cumplir con las funciones dictadas por el gerente general. 3. Generar reporte de calidad 4. Reportar observaciones 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
<p>Conocimiento en producción, en especial en uso de químicos para fines cosméticos. Comunicación asertiva. Enfoca su gestión a la orientación de resultados.</p>	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional de la carrera de administración de empresas. 2. Experiencia mínima de 2 años en puestos similares. 	

Tabla N°78: Manual específico de funciones y competencias laborales Jefe de ventas

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Profesional
Dominación del cargo:	Jefe de ventas
Dependencia:	Área administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
2.- PROPOSITO PRINCIPAL	
Responsable de planes de ventas, así como hacer llegar los objetivos y metas de la empresa a los vendedores.	
3.-DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar planes de venta 2. Establecer metas y objetivos que vayan acorde a lo requerido por la empresa. 3. Motivar a los vendedores constantemente para el alcance de dichos objetivos. 4. Reportar las ventas hechas al jefe inmediato. 5. Evaluar continuamente los resultados de su personal de ventas. 	
4.- CONOCIMIENTOS BASICOS O ESENCIALES	
Conocimientos en gestión de talento humano. Además, tener facilidad de palabra y correcto uso de Microsoft Office, nivel intermedio como mínimo.	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Título profesional en administración de empresas. 2. Experiencia mínima de 3 años como encargado de ventas. 3. Haber tenido a cargo a personal. 4. Office nivel intermedio – avanzado. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°79: Manual específico de funciones y competencias laborales Jefe de laboratorio

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Técnico o profesional
Dominación del cargo:	Jefe de laboratorio
Dependencia:	Área administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Haciendo uso de su experiencia, encargarse de cumplir los procesos correctamente para la elaboración del producto.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hace respetar el proceso adecuado para la elaboración de las velas 2. Diseñar plan de producción 3. Instruye al ingeniero químico 4. Registra incidentes en el laboratorio 5. Dar el visto bueno del producto final 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Conocimiento en elaboración de productos hecho a base de químicos. Comunicación asertiva. Conocedor de técnicas químicas para producción.	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional en ingeniería química y/o administración de empresas. 2. Microsoft Office a nivel intermedio 3. Mínimo 4 años de experiencia en laboratorio. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°80: Manual específico de funciones y competencias laborales Ingeniero químico

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Técnico o profesional
Dominación del cargo:	Ingeniero químico
Dependencia:	Operaciones
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de laboratorio
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Brindar soporte al operador y jefe de laboratorio en el cumplimiento del plan de producción.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Usar correctamente los insumos químicos para la producción. 2. Instruir a los operadores sobre los productos químicos. 3. Alertar sobre un fallo en el proceso de producción. 4. Cumplir y respetar minuciosamente el procedimiento para la elaboración del producto. 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Ser criterioso al usar productos químicos que podrían ser dañinos si se usa incorrectamente. Conocimiento de química para la elaboración del producto.	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Egresado o titulado en ingeniería química 2. Experiencia mínima de 1 año en producción, preferible empresas con fines cosméticos. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°81: Manual específico de funciones y competencias laborales Operador

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Técnico o profesional
Dominación del cargo:	Operador
Dependencia:	Operaciones
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de laboratorio
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Fabricar y elaborar el producto de manera eficaz, que parte desde el uso de insumos hasta el empaque.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fabricar velas cosméticas de acuerdo a especificaciones. 2. Operar y maniobrar tanto insumos como herramientas. 3. Registro de datos de producción 4. Sugerir mejoras en el proceso de producción al jefe inmediato. 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
<p>Tener buena actitud frente a dificultades que puedan presentarse. Trabajo en equipo. Tolerancia a trabajar bajo presión. Buenas relaciones interpersonales.</p>	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiante o egresado de carrera afines. 2. Experiencia mínima de 6 meses como operario de producción. 	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°82: Manual específico de funciones y competencias laborales Vendedor

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES DE O'ZENTS	
1.- IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Técnico o profesional
Dominación del cargo:	Vendedor
Dependencia:	Ventas
Cargo del jefe inmediato:	Jefe de ventas
2.- PROPÓSITO PRINCIPAL	
Vender de manera eficiente los productos, conociendo claramente las propiedades de éstos, para así crear una relación empresa-consumidor.	
3.-DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer el producto para poder ser claros con las dudas del cliente. 2. Asesorar a las personas que ingresen al local. 3. Lograr la venta del producto. 4. Ofrecer servicio post-venta, realizando un seguimiento al cliente después de su adquisición. 	
4.- CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES	
Ser dinámicos Poseer un buen nivel de comunicación Tener ganas de aprender Habilidad para abordar y cerrar ventas	
5.- REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia mínima de 6 meses como vendedor, de preferencia de productos cosméticos. 2. Saber elaborar comprobantes de pago. 3. Estudios mínimos: secundaria. 	

Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO VIII.

PLAN FINANCIERO

En el presente capítulo se realizará la evaluación económica y financiera para la implementación de nuestro proyecto CERA DE VELA PARA MASAJE CON NANOVECTOR con el objetivo de ver la viabilidad de nuestra idea de negocio propuesto.

8.1 Plan de inversiones

Tabla N° 83 Inversión Total

INVERSIONES	RUBRO DE INVERSIONES	INVERSIÓN DESAGREGADA	INVERSIONES EN SOLES
INVERSIÓN ACTIVO FIJO	INVERSIÓN TANGIBLE	Equipamiento de tienda	S/. 22,485.00
		Equipamiento de laboratorio	S/. 16,870.00
		Equipamiento del área de envasado y control de calidad	S/. 12,320.00
		Equipamiento del área de empaquetado y rotulado	S/. 10,520.00
		Equipamiento del almacén	S/. 5,800.00
		Equipamiento oficina de Administración	S/. 9,120.00
		Equipamiento vestidores	S/. 2,277.00
		Equipamiento servicios higiénicos	S/. 1,518.00
		Equipamiento Otros	S/. 9,741.80
		Herramientas laboratorio	S/. 9,489.00
		Herramientas envasado y control de calidad	S/. 7,586.00
		Herramienta empaquetado y rotulado	S/. 1,122.00
	TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE		S/. 108,848.80
	GASTOS PRE-OPERATIVOS (INVERSIÓN INTANGIBLE)	Gastos de constitución	S/. 971.20
Programación informática y marca		S/. 6,534.99	

		Equipamiento seguridad	S/. 1,015.00
		Servicio de instalación	S/. 300.00
		Servicio de programación	S/. 400.00
		Inducción	S/. 1,120.00
		Previa inauguración (Activación)	S/. 1,210.00
		Día de la inauguración (Merchandising)	S/. 510.00
		Día de la Inauguración	S/. 667.50
		TOTAL GASTOS PRE. OPERATIVOS (INVERSIÓN INTANGIBLE)	S/. 12,728.69
CAPITAL DE TRABAJO	GASTOS ADMINISTRATIVOS	Alquiler y mantenimiento de servicios	S/. 29,835.00
		Útiles de oficina	S/. 808.95
		Útiles de limpieza	S/. 2,040.00
		Equipos de protección para el personal	S/. 851.40
		Personal externo	S/. 4,500.00
		Mini cafetería	S/. 507.00
		TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 38,542.35
	GASTOS DE MATERIALES / INSUMOS	Materiales e Insumos para la vela	S/. 477,184.00
		TOTAL GASTOS DE MATERIALES	S/. 477,184.00
GASTOS DE VENTAS	Marketing / publicidad /Activación de eventos de cosmética	S/. 23,168.50	
TOTAL GASTOS DE VENTAS		S/. 23,168.50	
INVERSIÓN TOTAL			S/. 660,472.34

Elaboración propia (2020)

8.1.1 Inversión fija tangible

Tabla N°84 Total de inversión tangible desagregada

RUBRO DE INVERSIONES	INVERSIÓN DESAGREGADA	INVERSIONES EN SOLES
INVERSIÓN TANGIBLE	Equipamiento de tienda	S/. 22,485.00
	Equipamiento de laboratorio	S/. 16,870.00
	Equipamiento del área de envasado y control de calidad	S/. 12,320.00
	Equipamiento del área de empaquetado y rotulado	S/. 10,520.00
	Equipamiento del almacén	S/. 5,800.00
	Equipamiento oficina de Administración	S/. 9,120.00
	Equipamiento vestidores	S/. 2,277.00
	Equipamiento servicios higiénicos	S/. 1,518.00
	Equipamiento Otros	S/. 9,741.80
	Herramientas laboratorio	S/. 9,489.00
	Herramientas envasado y control de calidad	S/. 7,586.00
	Herramienta empaquetado y rotulado	S/. 1,122.00
TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE		S/. 108,848.80

Elaboración propia (2020)

El desglose de la inversión fija tangible se encuentra en el anexo N°1.

Tabla N °85 Depreciación de los tangibles

PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN					
%	2021	2022	2023	2024	2025
	S/. 14,184.88	S/. 14,184.88	S/. 14,184.88	S/. 14,184.88	S/. 12,434.88

Elaboración propia (2020)

8.1.2 Inversión intangible

Tabla N°86 Total de inversión intangible desagregada

GASTOS PRE. OPERATIVOS (INVERSIÓN INTANGIBLE)	Gastos de constitución	S/. 971.20
	Programación informática y marca	S/. 6,534.99
	Equipamiento seguridad	S/. 1,015.00
	Servicio de instalación	S/. 300.00
	Servicio de programación	S/. 400.00
	Inducción	S/. 1,120.00
	Previa inauguración (Activación)	S/. 1,210.00
	Día de la inauguración (Merchandising)	S/. 510.00
	Día de la Inauguración	S/. 667.50
TOTAL GASTOS PRE. OPERATIVOS (INVERSIÓN INTANGIBLE)		S/. 12,728.69

Elaboración propia (2020)

El desglose de la inversión fija tangible se encuentra en el anexo N° 2.

8.1.3 Capital de trabajo

Tabla N°87 Capital de trabajo

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Alquiler y mantenimiento de servicios	S/. 29,835.00
	Útiles de oficina	S/. 808.95
	Útiles de limpieza	S/. 2,040.00
	Equipos de protección para el personal	S/. 851.40
	Personal externo	S/. 4,500.00
	Mini cafetería	S/. 507.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/. 38,542.35
GASTOS DE MATERIALES / INSUMOS	Materiales e Insumos para la vela	S/. 477,184.00
TOTAL GASTOS DE MATERIALES		S/. 477,184.00
GASTOS DE VENTAS	Marketing / publicidad /Activación de eventos de cosmética	S/. 23,168.50
TOTAL GASTOS DE VENTAS		S/. 23,168.50

Elaboración propia (2020)

El desglose de la inversión fija tangible se encuentra en el anexo N°3

8.2. Análisis de costos: determinar los costos del producto y/o servicio

Tabla N°88 Planilla de mano de obra directa por 5 años

PUESTO/CARGO	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Inflación</i>		2.00	2.00	2.00	2.00
<i>Jefe de Laboratorio</i>	S/. 28,352.50	S/. 56,705.00	S/. 113,410.00	S/. 226,820.00	S/. 453,640.00
<i>Jefe de Control de calidad</i>	S/. 28,359.00	S/. 56,718.00	S/. 113,436.00	S/. 226,872.00	S/. 453,744.00
<i>Ingeniero Químico</i>	S/. 21,269.25	S/. 42,538.50	S/. 85,077.00	S/. 170,154.00	S/. 340,308.00
<i>Operador 1</i>	S/. 17,008.80	S/. 34,017.60	S/. 68,035.20	S/. 136,070.40	S/. 272,140.80
<i>Operador 2</i>	S/. 17,011.50	S/. 34,023.00	S/. 68,046.00	S/. 136,092.00	S/. 272,184.00
<i>Operador 3</i>	S/. 19,187.75	S/. 38,375.50	S/. 76,751.00	S/. 153,502.00	S/. 307,004.00
TOTAL	S/. 131,188.80	S/. 262,377.60	S/. 524,755.20	S/. 1,049,510.40	S/. 2,099,020.80

Elaboración propia (2020)

Tabla N°89 Costo de Mano de Obra Indirecta – CIF

MANO DE OBRA INDIRECTA (MOI)						
PUESTO/CARGO	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Crecimiento</i>		3.0%	4.0%	5.0%	5.0%	5.0%
<i>Gerente General</i>	S/. 2,953.39	S/. 35,440.63	S/. 36,858.25	S/. 38,701.16	S/. 40,636.22	S/. 42,668.03
<i>Asistente Administrativo</i>	S/. 1,772.44	S/. 21,269.25	S/. 22,120.02	S/. 23,226.02	S/. 24,387.32	S/. 25,606.69
<i>Jefe de ventas</i>	S/. 2,598.98	S/. 31,187.75	S/. 32,435.26	S/. 34,057.02	S/. 35,759.87	S/. 37,547.87
<i>Vendedor 1</i>	S/. 2,244.57	S/. 26,934.88	S/. 28,012.27	S/. 29,412.88	S/. 30,883.53	S/. 32,427.70
<i>Auxiliar de limpieza</i>	S/. 1,098.91	S/. 13,186.94	S/. 13,714.41	S/. 14,400.13	S/. 15,120.14	S/. 15,876.15
<i>Personal externo</i>	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 18,720.00	S/. 19,656.00	S/. 20,638.80	S/. 21,670.74
TOTAL	S/. 12,168.29	S/. 146,019.44	S/. 151,860.21	S/. 159,453.22	S/. 167,425.88	S/. 175,797.18

Elaboración propia (2020)

Tabla N°90 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Crecimiento</i>		3.0%	4.0%	5.0%	5.0%	5.0%
<i>Alquiler y mantenimiento de servicios</i>	S/. 9,945.00	S/. 119,340.00	S/. 124,113.60	S/. 130,319.28	S/. 136,835.24	S/. 143,677.01
<i>Útiles de oficina</i>	S/. 269.65	S/. 3,235.80	S/. 3,365.23	S/. 3,533.49	S/. 3,710.17	S/. 3,895.68
<i>Útiles de Limpieza</i>	S/. 680.00	S/. 8,160.00	S/. 8,486.40	S/. 8,910.72	S/. 9,356.26	S/. 9,824.07
<i>Equipos de protección para el personal</i>	S/. 283.80	S/. 3,405.60	S/. 3,541.82	S/. 3,718.92	S/. 3,904.86	S/. 4,100.10
<i>Mini cafetería</i>	S/. 169.00	S/. 2,028.00	S/. 2,109.12	S/. 2,214.58	S/. 2,325.30	S/. 2,441.57
TOTAL	S/. 11,347.45	S/. 136,169.40	S/. 141,616.18	S/. 148,696.98	S/. 156,131.83	S/. 163,938.43

Elaboración propia (2020)

Tabla N°91 Gastos de Ventas

MARKETING Y PUBLICIDAD						
CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<i>Crecimiento</i>		3.0%	4.0%	5.0%	5.0%	5.0%
<i>MARKETING / PUBLICIDAD / ACTIVACIÓN</i>	S/. 8,385.50	S/. 92,003.00	S/. 95,683.12	S/. 100,467.28	S/. 105,490.64	S/. 110,765.17
<i>PARTICIPACIÓN DE CONGRESO</i>	S/. -	S/. -	S/. 15,600.00	S/. 16,380.00	S/. 17,199.00	S/. 18,058.95
TOTAL	S/. 8,385.50	S/. 92,003.00	S/. 111,283.12	S/. 116,847.28	S/. 122,689.64	S/. 128,824.12

Elaboración propia (2020)

Tabla N°92 CIF Total de los 5 años

	MENSUAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
CIF TOTAL	S/. 31,901.24	S/. 374,191. 84	S/. 404,759. 51	S/. 424,997. 48	S/. 446,247. 36	S/. 468,559. 73
PROMEDIO DE PRODUCTOS		14,832	15,470	16,243	17,055	18,045
CIF POR PRODUCTO/PROMEDI O		S/. 25.23	S/. 26.16	S/. 26.16	S/. 26.16	S/. 25.97

Elaboración propia (2020)

8.3. Análisis financiero

8.3.1 Estado de situación financiera apertura

Tabla N°93 Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
OZENT'S CERA DE VELA					
Expresado en nuevos soles					
ACTIVO			PASIVO Y PATRIMONIO		
Activo Corriente			Pasivo Corriente		
Gastos Administrativos	S/.	38,542.35	Deudas a corto Plazo (1 año)	S/.	48,286.21
Gastos de materiales	S/.	477,184.00			
Gastos de ventas	S/.	23,168.50	Total Pasivo Corriente	S/.	48,286.21
Total Activo Corriente	S/.	538,894.85	Pasivo No corriente		
			Deudas a largoPlazo (4 años siguientes)	S/.	347,997.20
Activo No Corriente			Total Pasivo No Corriente	S/.	347,997.20
Inversión tangible	S/.	108,848.80	TOTAL PASIVO	S/.	396,283.41
Inversión intangible	S/.	12,728.69	Patrimonio (Socios)		
Total Activo No Corriente	S/.	121,577.49	Capital	S/.	264,188.94
			Total Patrimonio	S/.	264,188.94
TOTAL ACTIVO	S/.	660,472.34	TOTAL PASIVO y PATRIMONIO	S/.	660,472.34

Elaboración propia (2020)

8.3.2. Estado de resultados

Tabla N°94 Estado de Resultado para 5 años

ESTADO DE RESULTADOS						
			5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
	AÑO 0	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
VENTAS						
<i>Velas Cosméticas</i>		S/. 7,208,307.19	S/. 7,518,264.40	S/. 7,894,177.62	S/. 8,288,886.50	S/. 8,769,641.92
<i>Aceite esencial</i>		S/. 1,063,447.79	S/. 1,109,176.04	S/. 1,164,634.85	S/. 1,222,866.59	S/. 1,293,792.85
TOTAL VENTAS NETAS		S/. 8,271,754.98	S/. 8,627,440.44	S/. 9,058,812.47	S/. 9,511,753.09	S/. 10,063,434.77
COSTO DE VENTA						
<i>Sobre Velas Cosméticas fabricadas</i>		S/. -7,157,760.05	S/. -7,515,648.05	S/. -7,891,430.45	S/. -8,286,001.98	S/. -8,700,302.08
<i>Sobre Aceite esencial comprados</i>		S/. -667,435.85	S/. -696,135.59	S/. -730,942.37	S/. -767,489.49	S/. -812,003.88
UTILIDAD BRUTA		S/. 446,559.08	S/. 415,656.80	S/. 436,439.64	S/. 458,261.62	S/. 551,128.81
GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/. -154,169.40	S/. -161,877.87	S/. -169,971.76	S/. -178,470.35	S/. -187,393.87
GASTOS DE VENTA		S/. -92,003.00	S/. 111,283.12	S/. 116,847.28	S/. 122,689.64	S/. 128,824.12
UTILIDAD DE OPERACIONES		S/. 200,386.68	S/. 365,062.05	S/. 383,315.15	S/. 402,480.91	S/. 492,559.06
DEPRECIACIÓN		S/. -14,184.88	S/. -14,184.88	S/. -14,184.88	S/. -14,184.88	S/. -12,434.88
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		S/. 186,201.80	S/. 350,877.17	S/. 369,130.27	S/. 388,296.03	S/. 480,124.18
IMPUESTO A LA RENTA		S/. -59,114.07	S/. -107,693.30	S/. -113,077.97	S/. -118,731.87	S/. -145,304.92
UTILIDAD NETA		S/. 327,474.41	S/. 608,245.92	S/. 639,367.46	S/. 672,045.07	S/. 827,378.33

Elaboración propia (2020)

8.3.3 Punto de equilibrio

Tabla N°95 Determinación del punto de equilibrio

Determinación del Punto de Equilibrio			
Punto de Equilibrio =	Total de costos fijos	PE =	11,445.00
	Precio - Costo variable unitario		1,402.45
Costos Fijos	11,445.00	PE =	8 Velas al mes

Elaboración propia (2020)

8.3.4. Ratios/indicadores financieros

Tabla N°96 Ratios/ indicadores financieros

RATIOS FINANCIEROS			INTERPRETACIÓN
Retorno sobre la Inversion(ROI):	(Utilidad Neta/ Activo Total)	50%	la empresa tiene una rentabilidad del 50% con respecto a los activos que posee. O, en otras palabras, la empresa utiliza el 50% del total de sus activos en la generación de utilidades.
Retorno sobre los Activos: (ROA):	(utilidad Operativa/Activo total)	30%	La inversion ah generado un 30% de ganancias
Retorno sobre el Capital Propio: (ROE)	Utilidad Neta/ Patrimonio Total	50%	Los socios obtuvieron un rendimiento del 50% sobre su inversión
INDICADORES DE LIQUIDEZ			
Liquidez General:	Activo Corriente/Pasivo Corriente	11.2	Por cada S/ 1.00 de deuda, la empresa cuenta con S/ 11.2 para pagarla, Cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la empresa de pagar sus deudas.
Capital del Trabajo:	Activo Corriente - Pasivo Corriente	S/ 490,608.64	La empresa cuenta con S/ 490,608.64 para poder responder a las obligaciones con terceros Después de cubrir las deudas y obligaciones a corto plazo
INDICADORES DE RENTABILIDAD			
Ratio de Endeudamiento:	Pasivo/ Patrimonio Neto	1.50	Por cada S/1.00 aportada por el dueño, ahí S/1.50 aportado por los acreedores(banco)
Ratio de Solvencia:	Activo Total/ Pasivo Total	1.67	Este ratio indica que con sus activos puede hacer frente a todas sus deudas. En este caso, la mitad de sus inversiones están financiadas con financiación propia, por lo que el ratio de solvencia sería 1.67. Tiene el doble de activos que deudas, los bancos estarían dispuestos a conceder mas financiación porque tienen mas seguridad de que se les va a pagar.
Ratio de Apalancamiento Financiero:	Activo Total/Fondos propio x BAT/BAII	2.32	Por lo tanto, el valor óptimo del apalancamiento financiero es mayor que 2.32 que es el resultado que pone de manifiesto la conveniencia del endeudamiento.

Elaboración propia (2020)

8.4. Plan financiero

8.4.1. Presupuesto financiero

Tabla N°97 Aportes de los socios y Banco

FINANCIAMIENTO			
Socio capitalista 1	S/.	132,094.47	20%
Socio capitalista 2	S/.	132,094.47	20%
Banco Scotiabank	S/.	396,283.41	60%
TOTAL FINANCIAMIENTO	S/.	660,472.34	100%

Elaboración propia (2020)

Tabla N°98 Método Francés Financiamiento

METODO FRANCES	
TEA	25%
Tasa(TEM)	1.88%
Periodo	60
Préstamo	S/ 396,283.41

Elaboración propia (2020)

Tabla N°99 Periodos de préstamo por el Banco

PERIODO	SALDO	INTERES	AMORTIZA CIÓN	DEUDA PENDIENT E	CAP. AMORTIZ ADA
0				S/. 396,283.41	
1	S/ 11,063.04	S/. 7,437.84	S/. 3,625.19	S/. 392,658.21	S/. 3,625.19
2	S/ 11,063.04	S/. 7,369.80	S/. 3,693.23	S/. 388,964.98	S/. 7,318.43
3	S/ 11,063.04	S/. 7,300.48	S/. 3,762.55	S/. 385,202.43	S/. 11,080.98
4	S/ 11,063.04	S/. 7,229.86	S/. 3,833.17	S/. 381,369.26	S/. 14,914.15
5	S/ 11,063.04	S/. 7,157.92	S/. 3,905.12	S/. 377,464.14	S/. 18,819.26
6	S/ 11,063.04	S/. 7,084.62	S/. 3,978.41	S/. 373,485.73	S/. 22,797.67
7	S/ 11,063.04	S/. 7,009.95	S/. 4,053.08	S/. 369,432.65	S/. 26,850.76

8	S/ 11,063.04	S/. 6,933.88	S/. 4,129.15	S/. 365,303.50	S/. 30,979.91
9	S/ 11,063.04	S/. 6,856.38	S/. 4,206.65	S/. 361,096.84	S/. 35,186.56
10	S/ 11,063.04	S/. 6,777.43	S/. 4,285.61	S/. 356,811.23	S/. 39,472.17
11	S/ 11,063.04	S/. 6,696.99	S/. 4,366.05	S/. 352,445.19	S/. 43,838.22
12	S/ 11,063.04	S/. 6,615.04	S/. 4,447.99	S/. 347,997.20	S/. 48,286.21
13	S/ 11,063.04	S/. 6,531.56	S/. 4,531.48	S/. 343,465.72	S/. 52,817.68
14	S/ 11,063.04	S/. 6,446.51	S/. 4,616.53	S/. 338,849.19	S/. 57,434.21
15	S/ 11,063.04	S/. 6,359.86	S/. 4,703.17	S/. 334,146.02	S/. 62,137.39
16	S/ 11,063.04	S/. 6,271.59	S/. 4,791.45	S/. 329,354.57	S/. 66,928.83
17	S/ 11,063.04	S/. 6,181.66	S/. 4,881.38	S/. 324,473.19	S/. 71,810.21
18	S/ 11,063.04	S/. 6,090.04	S/. 4,973.00	S/. 319,500.19	S/. 76,783.21
19	S/ 11,063.04	S/. 5,996.70	S/. 5,066.34	S/. 314,433.86	S/. 81,849.55
20	S/ 11,063.04	S/. 5,901.61	S/. 5,161.43	S/. 309,272.43	S/. 87,010.97
21	S/ 11,063.04	S/. 5,804.73	S/. 5,258.30	S/. 304,014.13	S/. 92,269.28
22	S/ 11,063.04	S/. 5,706.04	S/. 5,356.99	S/. 298,657.14	S/. 97,626.27
23	S/ 11,063.04	S/. 5,605.50	S/. 5,457.54	S/. 293,199.60	S/. 103,083.81
24	S/ 11,063.04	S/. 5,503.06	S/. 5,559.97	S/. 287,639.63	S/. 108,643.78
25	S/ 11,063.04	S/. 5,398.71	S/. 5,664.33	S/. 281,975.30	S/. 114,308.11
26	S/ 11,063.04	S/. 5,292.39	S/. 5,770.64	S/. 276,204.66	S/. 120,078.75
27	S/ 11,063.04	S/. 5,184.09	S/. 5,878.95	S/. 270,325.71	S/. 125,957.70
28	S/ 11,063.04	S/. 5,073.74	S/. 5,989.29	S/. 264,336.42	S/. 131,946.99
29	S/ 11,063.04	S/. 4,961.33	S/. 6,101.71	S/. 258,234.71	S/. 138,048.70
30	S/ 11,063.04	S/. 4,846.81	S/. 6,216.23	S/. 252,018.48	S/. 144,264.92
31	S/ 11,063.04	S/. 4,730.13	S/. 6,332.90	S/. 245,685.58	S/. 150,597.82
32	S/ 11,063.04	S/. 4,611.27	S/. 6,451.76	S/. 239,233.82	S/. 157,049.59

33	S/ 11,063.04	S/. 4,490.18	S/. 6,572.86	S/. 232,660.96	S/. 163,622.44
34	S/ 11,063.04	S/. 4,366.81	S/. 6,696.22	S/. 225,964.74	S/. 170,318.66
35	S/ 11,063.04	S/. 4,241.13	S/. 6,821.90	S/. 219,142.84	S/. 177,140.57
36	S/ 11,063.04	S/. 4,113.09	S/. 6,949.94	S/. 212,192.90	S/. 184,090.51
37	S/ 11,063.04	S/. 3,982.65	S/. 7,080.39	S/. 205,112.51	S/. 191,170.90
38	S/ 11,063.04	S/. 3,849.76	S/. 7,213.28	S/. 197,899.23	S/. 198,384.18
39	S/ 11,063.04	S/. 3,714.37	S/. 7,348.66	S/. 190,550.57	S/. 205,732.84
40	S/ 11,063.04	S/. 3,576.44	S/. 7,486.59	S/. 183,063.97	S/. 213,219.43
41	S/ 11,063.04	S/. 3,435.93	S/. 7,627.11	S/. 175,436.87	S/. 220,846.54
42	S/ 11,063.04	S/. 3,292.77	S/. 7,770.26	S/. 167,666.61	S/. 228,616.80
43	S/ 11,063.04	S/. 3,146.93	S/. 7,916.10	S/. 159,750.51	S/. 236,532.90
44	S/ 11,063.04	S/. 2,998.36	S/. 8,064.68	S/. 151,685.83	S/. 244,597.58
45	S/ 11,063.04	S/. 2,846.99	S/. 8,216.04	S/. 143,469.78	S/. 252,813.62
46	S/ 11,063.04	S/. 2,692.78	S/. 8,370.25	S/. 135,099.53	S/. 261,183.87
47	S/ 11,063.04	S/. 2,535.68	S/. 8,527.35	S/. 126,572.18	S/. 269,711.23
48	S/ 11,063.04	S/. 2,375.63	S/. 8,687.40	S/. 117,884.78	S/. 278,398.63
49	S/ 11,063.04	S/. 2,212.58	S/. 8,850.46	S/. 109,034.32	S/. 287,249.08
50	S/ 11,063.04	S/. 2,046.47	S/. 9,016.57	S/. 100,017.75	S/. 296,265.65
51	S/ 11,063.04	S/. 1,877.23	S/. 9,185.80	S/. 90,831.95	S/. 305,451.46
52	S/ 11,063.04	S/. 1,704.82	S/. 9,358.21	S/. 81,473.74	S/. 314,809.67
53	S/ 11,063.04	S/. 1,529.18	S/. 9,533.85	S/. 71,939.89	S/. 324,343.52
54	S/ 11,063.04	S/. 1,350.24	S/. 9,712.80	S/. 62,227.09	S/. 334,056.32
55	S/ 11,063.04	S/. 1,167.94	S/. 9,895.09	S/. 52,332.00	S/. 343,951.41
56	S/ 11,063.04	S/. 982.22	S/. 10,080.82	S/. 42,251.18	S/. 354,032.23
57	S/ 11,063.04	S/. 793.01	S/. 10,270.02	S/. 31,981.16	S/. 364,302.25

58	S/ 11,063.04	S/. 600.25	S/. 10,462.78	S/. 21,518.38	S/. 374,765.03
59	S/ 11,063.04	S/. 403.88	S/. 10,659.16	S/. 10,859.22	S/. 385,424.19
60	S/ 11,063.04	S/. 203.82	S/. 10,859.22	S/. 0.00	- S/. 396,283.41

Elaboración propia (2020)

8.5 Evaluación financiera

8.5.1. Flujo de caja proyectada

Tabla N° 100 Flujo de Caja Proyectada

FLUJO DE CAJA PROYECTADA						
	AÑO 0	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
INGRESOS						
<i>Velas Cosméticas</i>		S/. 7,208,307.19	S/. 7,518,264.40	S/. 7,894,177.62	S/. 8,288,886.50	S/. 8,769,641.92
<i>Aceite esencial</i>		S/. 1,063,447.79	S/. 1,109,176.04	S/. 1,164,634.85	S/. 1,222,866.59	S/. 1,293,792.85
TOTAL INGRESOS		S/. 8,271,754.98	S/. 8,627,440.44	S/. 9,058,812.47	S/. 9,511,753.09	S/. 10,063,434.77
EGRESOS						
<i>Sobre Velas Cosméticas fabricadas</i>		S/. -7,157,760.05	S/. -7,515,648.05	S/. -7,891,430.45	S/. -8,286,001.98	S/. -8,700,302.08
<i>Sobre Aceite esencial comprados</i>		S/. -667,435.85	S/. -696,135.59	S/. -730,942.37	S/. -767,489.49	S/. -812,003.88
<i>Gastos administrativos</i>		S/. -154,169.40	S/. -161,877.87	S/. -169,971.76	S/. -178,470.35	S/. -187,393.87
<i>Gastos de venta</i>		S/. -92,003.00	S/. 111,283.12	S/. 116,847.28	S/. 122,689.64	S/. 128,824.12
<i>Impuesto a la renta</i>		S/. -59,114.07	S/. -107,693.30	S/. -113,077.97	S/. -118,731.87	S/. -145,304.92
TOTAL EGRESOS		S/. -8,130,482.37	S/. -8,370,071.70	S/. -8,788,575.28	S/. -9,228,004.05	S/. -9,716,180.63
SALDO (ingresos - egresos)		S/. 141,272.61	S/. 257,368.75	S/. 270,237.18	S/. 283,749.04	S/. 347,254.14
INVERSIÓN						
Activos fijos	S/. -121,577.49					
Capital de trabajo	S/. -538,894.85	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 538,894.85
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	S/. -660,472.34	S/. 141,272.61	S/. 257,368.75	S/. 270,237.18	S/. 283,749.04	S/. 886,148.99
PRESTAMO	S/. 396,283.41					
Amortización		S/. -48,286.21	S/. -60,357.57	S/. -75,446.73	S/. -94,308.12	S/. -117,884.78
Interes		S/. -84,470.21	S/. -72,398.85	S/. -57,309.69	S/. -38,448.31	S/. -14,871.64
Escudo fiscal		S/. -24,918.71	S/. -21,357.66	S/. -16,906.36	S/. -11,342.25	S/. -4,387.14
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/. -264,188.94	S/. -16,402.53	S/. 103,254.66	S/. 120,574.40	S/. 139,650.37	S/. 749,005.44

Elaboración propia (2020)

Tabla N°101 Presupuesto Financiero

PRESUPUESTO FINANCIERO			
Deuda	S/.	396,283.41	60%
Patrimonio	S/.	264,188.94	40%
Total	S/.	660,472.34	100%
Kd - TEA		25%	
Impuesto a la renta		29.50%	
COK		30%	
WACC		22.58%	

Elaboración propia (2020)

Tabla N°102 Indicadores de Van y TIR

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERO	
VANE	S/. 218,770.00
TIRE	34%
VANF	S/. 618,174.84
TIRF	40%
	2.5

Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO IX.

REVISIÓN FINAL DEL INFORME

CONCLUSIONES

- Respecto a las múltiples noticias e informaciones sobre el estrés en el país, el porcentaje de las personas que lo sufren, las consecuencias y las causas que se originan por parte de esta enfermedad, detectamos la oportunidad de negocio para la creación y desarrollo de la cera de vela cosmética para masajes.
- De acuerdo al análisis del estudio de mercado, podemos conocer las características y comportamiento de nuestros futuros clientes, sus preferencias, hábitos de consumo, y qué es lo que ellos solicitan e incluso cuanto es lo que están dispuesto a pagar por cada producto que O'Zents les ofrecerá.
- Gracias a un análisis tanto de factores internos como externos podemos tener conocimiento de los diferentes agentes que están involucrados en la empresa y son determinantes cuando planteamos en un inicio la idea de negocio presente.
- Un buen plan de marketing sostenido en las variables (4ps) que forman parte de ello ayuda en la búsqueda e interacción con los clientes. También servirá para la realización de programas que complementen la relación cliente – empresa.
- Un correcto plan de operaciones donde se detallen los pasos a seguir y cómo estos serán controlados, ayudará a que los errores sean mínimos o nulos.
- Teniendo una buena estructura jerárquica en la organización desde el nivel más alto hasta el más bajo, esto sumado al profesionalismo de cada uno de ellos, garantiza un buen equipo de trabajo que puede ser capaz de volver competitiva a toda empresa.
- El plan financiero detallado al mínimo nos da a conocer cuál será la situación financiera de la empresa hacia el futuro y también si el proyecto, como tal, es viable.

RECOMENDACIONES

- Es necesario desarrollar programas propios para poder evitar niveles de estrés elevados que puedan ser perjudiciales para la salud y cuyas consecuencias sean difíciles de tratar, pues esto afectaría cada aspecto de nuestras vidas.
- La ciudad de Lima está llena de posibles clientes que sufren o han sufrido por temas relacionados al estrés.
- Concientizar a cada empresa para que ponga más atención a la problemática del estrés y salud mental, y así poder evitar que esta afecte a los colaboradores, y que sus efectos involucren el rendimiento de estos.
- Promover la innovación tecnológica en el país, pues ello ayudará a la adquisición de mejores maquinarias que serán de gran ayuda a las empresas dedicadas en este rubro.
- Seguir a la par de las nuevas tendencias e ir actualizando constantemente a los colaboradores, ya que ellos son la principal imagen dentro de cada negocio y/o empresa.
- Es conveniente involucrar a los organismos del Estado en impulsar programas de apoyo a los pequeños empresarios y/o emprendedores, con el fin de poder así impulsar el desarrollo social y económico del país.
- Diseñar una estructura de organización sólida dentro de la empresa que servirá de base para el funcionamiento adecuado durante un largo período.
- Garantizar la calidad en cada uno de los servicios a ofrecer en nuestros clientes, pues de esto dependerá una segunda visita por parte de ellos.

CAPÍTULO X.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ANEXOS

Andina. (01 de mayo del 2018). *Día del trabajo: el 74% de peruanos cambiaría de empleo para ser más feliz*. Andina Agencia Peruana de Noticias. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-dia-del-trabajo-74-peruanos-cambiaría-empleo-para-ser-mas-feliz-708538.aspx>

APEIM. (2018). *Niveles socioeconómicos*. APEIM. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>

Arellano, R. (2017). *Estilos de vida de Arellano*. Arellano. Recuperado de <http://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida>

CPI. (abril del 2019). *Perú población 2019*. CPI. Recuperado de http://cpi.pe/images/upload/paginasweb/archivos/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

El economista América. (23 de julio del 2018). *Sector de cuidado estético se expandió 15% anual*. El economista América Perú. Recuperado de <https://www.eleconomistaamerica.pe/economia-eAm-peru/noticias/9291056/07/18/Sector-de-cuidado-estetico-se-expandio-15-anual.html>

El Peruano. (18 de diciembre del 2018). *Ley que establece la conformación y el funcionamiento de las redes integradas de salud (RIS)*. El Peruano. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-establece-la-conformacion-y-el-funcionamiento-de-las-ley-n-30885-1724734-2/>

Estudios Mercados. (2015). *Tablas tamaño muestral*. Estudiomercado.com. Recuperado de <http://www.estudiosmercado.com/tablas-tamano-muestral/>

Gestión. (07 de junio del 2019), *BCR: proyecciones de inflación están entre 2.40% y 2.50% para este año*. Gestión, Recuperado de <http://gestion.pe/economia/mercados/bcr-proyecciones-inflacion-2-40-2-50-ano-269538-noticia/>

Google Maps. (2020). *Lima, Perú: Mapa de Santiago de Surco*. Google Maps. Recuperado de <http://www.google.com.pe/maps/search/spa+surco>

INEI. (febrero 2017). *Perú: encuesta nacional de innovación en la industria manufacturera 2015*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1415/libro.pdf

IPSOS. (08 de febrero del 2018). *Perfiles zonales: Lima a detalle*. Ipsos. Recuperado de <http://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-zonales-lima-detalle>

La República, (28 de marzo del 2018). *El estrés, ese enemigo silencioso que afecta al 80% de los peruanos*. La República. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/1218645-el-estres-ese-enemigo-silencioso-que-afecta-al-80-de-peruanos/>

Ministerio de Economía y Finanzas Perú. (2019). *Informe de proyecciones macroeconómicas 2020-2023*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/MMM_2020_2023.pdf

Núñez, M. (01 de julio del 2019). *Usan 3,000 millones de bolsas plásticas al año*. Expreso. Recuperado de <https://www.expreso.com.pe/actualidad/usan-3000-mlns-de-bolsas-plasticas-al-ano/>

Perú Pymes. (2013). *Como crear una empresa desde cero*. Recuperado de http://perupymes.com/pymes/index.php/crear_una_empresa_desde_cero

Prialé, J. (24 de abril del 2019). *MEF mantiene proyección del crecimiento de la economía peruana en 4.2% para este año*. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/mef-mantiene-proyeccion-crecimiento-economia-4-2-ano-265066-noticia/>

Reátegui, W. (23 de julio del 2018). *¿Cómo influyen las tendencias ambientales en las funciones empresariales?*. Conexión Esan. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/07/como-influyen-las-tendencias-ambientales-en-las-funciones-empresariales/>

Ríos, M. (19 de marzo del 2019). *¿Cómo calcular el pago de sus horas extras?*. Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/economia/management-empleo/calcular-pago-horas-extras-225059-noticia/>

Riquelme Leiva, M. (2018). *Las 5 fuerzas de Porter – Clave para el éxito de la empresa. Las 5 fuerzas de M. Porter*. Recuperado de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Sunat. (2017). *Modificaciones al régimen especial*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/modificacionesRegimen.html>

Sunat. (2017). *Régimen Tributario MYPE*. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6825-01-personas-comprendidas>

Sunat. (2018). *Libros Contables*. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype>

Vinces, H. (11 de agosto del 2019). *Expectativas de inflación a 12 meses bajan a 2.3% en julio 2019*. Andina Agencia Peruana de Noticias. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-expectativas-inflacion-a-12-meses-bajan-a-23-julio-2019-763040.aspx>

ANEXOS

Anexo 1: Desglose de la inversión fija tangible:

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES					
CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIDAD	CAN TIDA D	COSTO FINAL
EQUIPAMIENTO DE TIENDA	Módulo de recepción	Otros	S/. 900.00	1	S/. 900.00
	Escaparate de vidrio	Otros	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
	Set de mostrador hexagonal color madera	Otros	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
	Repisa para probadores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 1,700.00	2	S/. 3,400.00
	Repisa para exhibidores de madera y vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/. 600.00	1	S/. 600.00
	Set de 8 sofá pequeños para espera de clientes	Emi 3	S/. 3,500.00	1	S/. 3,500.00
	Mesitas de centro	Otros	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Equipo de música con parlantes	Sony	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
	Computadora	HP	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/. 450.00	1	S/. 450.00

	Tacho de basura para oficina	Otros	S/. 35.00	1	S/. 35.00
	POS pocket (Visa y Mastercard)	VISANET y Mastercard	S/. 200.00	1	S/. 200.00
	Caja registradora con Impresora de boleta electrónica	Xprinter	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
	Puerta de vidrio con lamina de seguridad	Otros	S/. 2,000.00	1	S/. 2,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DE TIENDA					S/. 22,485.00
EQUIPAMIENTO DEL LABORATORIO	Computadora + impresora multifuncional	HP	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Mesas largas 1mt de acero inoxidable 304 o 316	Laboratory furniture	S/. 500.00	4	S/. 2,000.00
	Cubierta de mesa a muro con respaldo de acero inoxidable 304 o 316 1mt	Laboratory furniture	S/. 400.00	4	S/. 1,600.00
	Gabinetes de acero inoxidable con acabado cromo 60x60	Laboratory furniture	S/. 150.00	5	S/. 750.00
	Vitrinas de laboratorio puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 200.00	4	S/. 800.00
	Estanteria con puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 250.00	5	S/. 1,250.00
	Gabinetes de seguridad color amarillo 1.80 x 90cm	Laboratory furniture	S/. 600.00	2	S/. 1,200.00
	Campana de extracción para solventes	Laboratory furniture	S/. 700.00	2	S/. 1,400.00
	Sillas de acero inoxidable con almohadilla de cuerina	Laboratory furniture	S/. 150.00	2	S/. 300.00
	Regaderas y Lavaojos de Emergencia.	Laboratory furniture	S/. 400.00	2	S/. 800.00

	Escurridores de material.	Laboratory furniture	S/. 400.00	2	S/. 800.00
	Torretas electricas y de Red.	Laboratory furniture	S/. 200.00	10	S/. 2,000.00
	Climatizacion de Laboratorios	Laboratory furniture	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Laboratory furniture	S/. 35.00	2	S/. 70.00
	Mesas largas de acero inoxidable 304 o 316 para trabajo 1mt x 40cm	Laboratory furniture	S/. 300.00	3	S/. 900.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DEL LABORATORIO					S/. 19,870.00
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD	Computadora + impresora multifuncional	HP	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Mesas largas 1mt de acero inoxidable 304 o 316	Laboratory furniture	S/. 500.00	6	S/. 3,000.00
	Cubierta de mesa a muro con respaldo de acero inoxidable 304 o 316 1mt	Laboratory furniture	S/. 400.00	6	S/. 2,400.00
	Gabinetes de acero inoxidable con acabado cromo 60x60	Laboratory furniture	S/. 150.00	4	S/. 600.00
	Estanteria con puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 250.00	5	S/. 1,250.00
	Campana de extracción para solventes	Laboratory furniture	S/. 700.00	1	S/. 700.00
	Sillas de acero inoxidable con almohadicha de cuerina	Laboratory furniture	S/. 150.00	2	S/. 300.00
	Torretas electricas y de Red.	Laboratory furniture	S/. 200.00	5	S/. 1,000.00
	Climatizacion de Laboratorios	Laboratory furniture	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00

	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Laboratory furniture	S/. 35.00	2	S/. 70.00
TOTAL EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD					S/. 15,320.00
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE EMPAQUETADO Y ROTULADO	Computadora + impresora multifuncional	HP	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Mesas largas 1mt de acero inoxidable 304 o 316	Laboratory furniture	S/. 500.00	4	S/. 2,000.00
	Cubierta de mesa a muro con respaldo de acero inoxidable 304 o 316 1mt	Laboratory furniture	S/. 400.00	4	S/. 1,600.00
	Gabinetes de acero inoxidable con acabado cromo 60x60	Laboratory furniture	S/. 150.00	5	S/. 750.00
	Vitrinas de laboratorio puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 200.00	2	S/. 400.00
	Estanteria con puerta de vidrio 60x60	Laboratory furniture	S/. 250.00	2	S/. 500.00
	Sillas de acero inoxidable con almohadicha de cuero	Laboratory furniture	S/. 150.00	2	S/. 300.00
	Torretas electricas y de Red.	Laboratory furniture	S/. 200.00	5	S/. 1,000.00
	Climatizacion de Laboratorios	Laboratory furniture	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Laboratory furniture	S/. 35.00	2	S/. 70.00
Mesas largas de acero inoxidable 304 o 316 para trabajo 1mt x 40cm	Laboratory furniture	S/. 300.00	3	S/. 900.00	
TOTAL EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE EMPAQUETADO Y ROTULADO					S/. 13,520.00
EQUIPAMIENTO PARA ALMACÉN	Armario de piso acero inoxidable	Otros	S/. 900.00	2	S/. 1,800.00

	Repisas de acero inoxidable	Otros	S/ 800.00	5	S/ 4,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO PARA ALMACÉN					S/ 5,800.00
EQUIPAMIENTO OFICINA DE ADMINISTRACIÓN	Escritorios para oficina	Otros	S/ 350.00	2	S/ 700.00
	Tacho de basura para oficina	Otros	S/ 35.00	2	S/ 70.00
	Lockers, casillero metálico 4 puertas	Otros	S/ 250.00	3	S/ 750.00
	Silla de oficina ergonomica	Imperial	S/ 600.00	2	S/ 1,200.00
	Computadora	HP	S/ 2,000.00	2	S/ 4,000.00
	Dispensador de agua 3 temperaturas eléctrico	Honeywell	S/ 500.00	1	S/ 500.00
	Impresora multifuncional	Epson	S/ 450.00	2	S/ 900.00
	Silla de oficina fija, cuero y base metal	Otros	S/ 250.00	4	S/ 1,000.00
TOTAL EQUIPAMIENTO OFICINA DE ADMINISTRACIÓN					S/ 9,120.00
EQUIPAMIENTO VESTIDORES	Lockers, casillero metálico 8 puertas	Otros	S/ 400.00	1	S/ 400.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Otros	S/ 77.00	1	S/ 77.00
	Dispensador de agua 3 temperaturas eléctrico	Honeywell	S/ 500.00	1	S/ 500.00
	Silla de oficina fija, cuero y base metal	Otros	S/ 250.00	4	S/ 1,000.00

	Mesa bar café	Otros	S/ 300.00	1	S/ 300.00
TOTAL VESTIDORES					S/ 2,277.00
EQUIPAMIENTO SERVICIOS HIGIÉNICOS	Envase con dispensador espumante	Otros	S/ 10.00	3	S/ 30.00
	Envase con dispensador crema	Otros	S/ 8.00	3	S/ 24.00
	Envase con dispensador gel desinfectante	Otros	S/ 8.00	3	S/ 24.00
	Tacho de basura de acero inox. 60 cnt.con palanca	Otros	S/ 77.00	3	S/ 231.00
	Espejo con repisa de baño	Otros	S/ 120.00	3	S/ 360.00
	Dispensador de papel higienico	Otros	S/ 30.00	3	S/ 90.00
	Dispensador de papel toalla	Otros	S/ 30.00	3	S/ 759.00
TOTAL EQUIPAMIENTO SERVICIOS HIGIÉNICOS					S/ 1,518.00
EQUIPAMIENTO OTROS	Aire acondicionado/ calefacción de pared	IMACO	S/ 259.00	4	S/ 1,036.00
	Servicio de camaras de seguridad	Otros	S/ 2,800.00	1	S/ 2,800.00
	Letrero luminoso	Otros	S/ 2,000.00	1	S/ 2,000.00
	Cuadros decorativos para oficina y baños	Otros	S/ 70.00	5	S/ 350.00
	Espejo Murano 2mt x 90 cm	Otros	S/ 499.90	2	S/ 999.80

		Macetero tipo rattan y piedra diversas medidas	Otros	S/. 80.00	15	S/. 1,200.00
		Dicroicos LED - Exhibidores y probadores	Adele	S/. 15.00	60	S/. 900.00
		Lámparas decorativas	Otros	S/. 57.00	8	S/. 456.00
TOTAL EQUIPAMIENTO OTROS						S/. 9,741.80
HERRA MIENT AS	LABOR ATORI O	Balanza de laboratorio analítica	Solid	S/. 650.00	2	S/. 1,300.00
		Balanza de laboratorio de precisión	Solid	S/. 600.00	1	S/. 600.00
		Analizador de Humedad	Otros	S/. 230.00	1	S/. 230.00
		Dosificación automatizada de líquidos	Otros	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
		Probeta de vidrio 200ml	Otros	S/. 35.00	4	S/. 140.00
		Probeta de vidrio 500ml	Otros	S/. 56.00	4	S/. 224.00
		Probeta de vidrio 1000ml	Otros	S/. 67.00	4	S/. 268.00
		Tubo de ensayo de Vidrio 13*100 Mm Pyrex	Otros	S/. 25.00	10	S/. 250.00
		Rejilla de laboratorio porta tubo de ensayo	Otros	S/. 30.00	2	S/. 60.00
		Porta objetos de laboratorio	Otros	S/. 50.00	3	S/. 150.00
		Pipeta de laboratorio	Otros	S/. 12.00	17	S/. 204.00

		Varilla guía	Otros	S/. 15.00	15	S/. 225.00
		Matraz de laboratorio	Otros	S/. 24.00	13	S/. 312.00
		Agitador / Mezclador de laboratorio	Otros	S/. 17.00	15	S/. 255.00
		Embudo de laboratorio	Otros	S/. 23.00	5	S/. 115.00
		Pinzas de laboratorio	Otros	S/. 34.00	4	S/. 136.00
		Espátula de laboratorio	Otros	S/. 35.00	5	S/. 175.00
		Cucharilla de laboratorio	Otros	S/. 22.00	10	S/. 220.00
		Escobilla de laboratorio	Otros	S/. 36.00	5	S/. 180.00
		Frasco lavador de laboratorio	Otros	S/. 20.00	8	S/. 160.00
		Encendedor de laboratorio	Otros	S/. 31.00	4	S/. 124.00
		Mechero de laboratorio	Otros	S/. 45.00	6	S/. 270.00
		Termómetro de laboratorio	Otros	S/. 57.00	5	S/. 285.00
		Cuentagotas de laboratorio	Otros	S/. 120.00	2	S/. 240.00
		Baño Maria de laboratorio	Otros	S/. 78.00	7	S/. 546.00
		Vaso de precipitados	Otros	S/. 64.00	5	S/. 320.00

		TOTAL HERRAMIENTAS DE LABORATORIO				S/. 9,489.00
HERRAMIENTAS	ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD	Balanza de laboratorio analítica	Solid	S/. 650.00	1	S/. 650.00
		Balanza de laboratorio de precisión	Solid	S/. 600.00	1	S/. 600.00
		Analizador de Humedad	Otros	S/. 230.00	1	S/. 230.00
		Probeta de vidrio 200ml	Otros	S/. 35.00	2	S/. 70.00
		Probeta de vidrio 500ml	Otros	S/. 56.00	2	S/. 112.00
		Pipeta de laboratorio	Otros	S/. 12.00	10	S/. 120.00
		Pinzas de laboratorio	Otros	S/. 34.00	2	S/. 68.00
		Rejilla de laboratorio	Otros	S/. 43.00	2	S/. 86.00
		Microscopio compuesto metalico con luz led	Labor tech	S/. 2,700.00	2	S/. 5,400.00
		Porta objetos de laboratorio	Otros	S/. 50.00	5	S/. 250.00
	TOTAL HERRAMIENTAS DE ENVASADO Y CONTROL DE CALIDAD					S/. 7,586.00
	EMPAQUETADO Y ROTULADO	Rotuladora Portatil P-touch	Otros	S/. 349.00	2	S/. 698.00
		Accesorios para cortar el rotulo	Otros	S/. 34.00	3	S/. 102.00
Guantes gruesos		Otros	S/. 22.00	1	S/. 22.00	

		Impresora de etiquetas	Otros	S/ 300.00	1	S/ 300.00
TOTAL HERRAMIENTAS DE EMPAQUETADO Y ROTULADO						S/ 1,122.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES						S/ 108,848.80

Anexo 2: Desglose de la inversión fija intangible:

ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	COSTO	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Elaboración de la minuta	S/ 300.00	
	Elevar la minuta al registro público	S/ 100.00	
	Inscripción a la Sunarp	S/ 85.00	
	Licencia de funcionamiento Municipal Santiago de Surco	S/ 226.20	
	Inspección por defensa civil	S/ -	
	Legalización de Libro Contable	S/ 60.00	
	Búsqueda de nombre en registros públicos	S/ -	

	Reserva de nombre en registros públicos	S/.	
		-	
	Búsqueda de nombre Indecopi	S/.	
		-	
	Otros servicios (movilidad, almuerzo)	S/.	
		80.00	
	Libros contables: Compras y ventas e ingresos (2)	S/.	
		120.00	
	TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN		S/.
			971.20
PROGRAMACIÓN INFORMATICA Y MARCA	Creación de página web y redes sociales	S/.	
		6,000.00	
	Registro de marca Indecopi por 10 años	S/.	
		534.99	
	TOTAL PROGRAMACIÓN INFORMATICA Y MARCA		S/.
			6,534.99
EQUIPAMIENTO SEGURIDAD	Extintor - Polvo químico seco (PQS) 6 Kilos (6)	S/.	
		600.00	
	Detector de humo con alarma (4)	S/.	
		100.00	
	Señalizaciones (15)	S/.	
		58.00	
	Luz de emergencia LED 8 Horas (7)	S/.	
		245.00	

	Cinta antideslizante	S/. 12.00	
	TOTAL EQUIPAMIENTO SEGURIDAD		S/. 1,015.00
SERVICIOS DE INSTALACIÓN	Servicio de pintura (incluye baldes de pinturas)	S/. 220.00	
	Servicio de instalación eléctrica	S/. 80.00	
	Instalación de teléfono (incluye en la compra)	S/. -	
	TOTAL SERVICIOS DE INSTALACIÓN		S/. 300.00
SERVICIOS DE PROGRAMACIÓN	Licencias Microsoft Office	S/. 220.00	
	Antivirus	S/. 180.00	
	TOTAL SERVICIOS DE PROGRAMACIÓN		S/. 400.00
INDUCCIÓN	Costo de capacitación (Jefes de área)	S/. 600.00	
	Costo de capacitación (Oficina)	S/. 180.00	
	Kit de materiales	S/. 140.00	

	Obsequio de bienvenida	S/. 200.00	
	TOTAL DE INDUCCIÓN		S/. 1,120.00
PREVIA INAUGURACIÓN (Activación)	Baner scream roll 1 x 2 mts. Con estuche - 02	S/. 240.00	
	Módulo de venta armable con estuche	S/. 270.00	
	Brochure A4 / Oficio couché 115 gr Full color x millar	S/. 200.00	
	Tarjetas de vale de descuento plastificado brillante x millar	S/. 50.00	
	Personal de volante externo por 1 semana	S/. 210.00	
	Flyer couché estucado brillante 150 gr / 2 caras full color x 3 millar	S/. 240.00	
	TOTAL PREVIA INAUGURACIÓN (Activación)		S/. 1,210.00
	DÍA DE INAUGURACIÓN (Merchandising)	Pelota antiestres publicitarias + logo x 100 un.	S/. 100.00
Gel antibacterial publicitarios + logo x 100 un.		S/. 235.00	
Caramelos de sabores variados publicitarios + logo x 300 un.		S/. 75.00	

	Lapiceros ecológicos publicitarios + lago x 100 un.	S/. 100.00	
	TOTAL MERCHANDISING PARA LA INAUGURACIÓN		S/. 510.00
DÍA DE INAUGURACIÓN	Productos de regalo a los 20 primeros en atenderse	S/. 300.00	
	Champagne Ricadonna Asti 750 ml/original	S/. 49.50	
	Catering Buffet bocaditos dulces y salados + bebidas coctel para 60 personas	S/. 300.00	
	Cinta Polyprotex de 9cm ancho color rojo rubine	S/. 18.00	
	TOTAL DÍA DE INAUGURACIÓN		S/. 667.50

Anexo 3: Desglose de Gastos Administrativos:

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	PRECI O UNIDA D	CANT IDAD	COST O	COSTO MENSU AL

ALQUILER Y MANTENIMIENTO DE SERVICIOS	Dúo (Internet y teléfono fijo) - MENSUAL	S/. 145.00	1	S/. 145.00	S/. 145.00
	Servicios de luz y agua - MENSUAL	S/. 1,200.00	1	S/. 1,200. 00	S/. 1,200.00
	Alquiler y Mantenimiento del local - MENSUAL	S/. 8,600.00	1	S/. 8,600. 00	S/. 8,600.00
	TOTAL ALQUILER DE OFICINA Y SERVICIOS				
ÚTILES DE OFICINA	Rollo de papel térmico Tiketera 58mm - MENSUAL	S/. 5.70	4	S/. 22.80	S/. 22.80
	Rollo para rotulado - MENSUAL	S/. 30.00	2	S/. 60.00	S/. 60.00
	Hojas Bond blanco A4 80gr - MENSUAL	S/. 12.90	4	S/. 51.60	S/. 51.60
	Sello de la empresa - SEMESTRAL	S/. 12.00	2	S/. 24.00	S/. 4.00
	Engranpador alicate 40 hojas - ANUAL	S/. 40.00	3	S/. 120.00	S/. 10.00
	Grapas caja x 5000 - MENSUAL	S/. 7.00	3	S/. 21.00	S/. 21.00
	Cinta pequeña - MENSUAL	S/. 1.00	2	S/. 2.00	S/. 2.00
	Lapiceros (Rojo, negro, azul) - MENSUAL	S/. 6.00	4	S/. 24.00	S/. 24.00

	Folder manila A4 por millar - MENSUAL	S/. 20.00	2	S/. 40.00	S/. 40.00
	Archivador de palanca Oficio - SEMESTRAL	S/. 17.00	4	S/. 68.00	S/. 11.33
	Resaltador fluorescente fabercastell - MENSUAL	S/. 2.50	3	S/. 7.50	S/. 7.50
	Bandeja portapapeles - organizadora A4 - ANUAL	S/. 25.00	3	S/. 75.00	S/. 6.25
	Perforador para oficina grande - ANUAL	S/. 12.00	3	S/. 36.00	S/. 3.00
	Reglas de 20 cm - ANUAL	S/. 3.00	2	S/. 6.00	S/. 0.50
	Tijeras grandes para papel - ANUAL	S/. 2.00	4	S/. 8.00	S/. 0.67
	Clips caja x 100 - MENSUAL	S/. 2.50	2	S/. 5.00	S/. 5.00
	TOTAL ÚTILES DE OFICINA				
ÚTILES DE LIMPIEZA	Limpia todo galón por 4litros - MENSUAL	S/. 25.00	4	S/. 100.00	S/. 100.00
	Desinfectante de piso galón por 4litros - MENSUAL	S/. 28.00	4	S/. 112.00	S/. 112.00
	Escoba - SEMESTRAL	S/. 10.00	3	S/. 30.00	S/. 5.00
	Recojedor - SEMESTRAL	S/. 8.00	3	S/. 24.00	S/. 4.00

	Sacudidor de microfibra - SEMESTRAL	S/. 7.00	3	S/. 21.00	S/. 3.50
	Limpia vidrio galón por 4litros - MENSUAL	S/. 28.00	4	S/. 112.00	S/. 112.00
	Papel higiénico en rollo para dispensador baños- MENSUAL	S/. 15.00	4	S/. 60.00	S/. 60.00
	Trapeador - MENSUAL	S/. 10.00	3	S/. 30.00	S/. 30.00
	Bolsas negras grandes x 50 - MENSUAL	S/. 19.90	5	S/. 99.50	S/. 99.50
	Guantes para limpieza latex - MENSUAL	S/. 18.50	4	S/. 74.00	S/. 74.00
	Rollo de papel toalla para dispensador baños	S/. 20.00	4	S/. 80.00	S/. 80.00
	TOTAL ÚTILES DE LIMPIEZA				
EQUIPOS DE PROTECCIÓN PARA EL PERSONAL	Uniformes del personal (Chaqueta y pantalón) + logo - SEMESTRAL	S/. 90.00	4	S/. 360.00	S/. 60.00
	Mandilon descartable - MENSUAL	S/. 0.30	150	S/. 45.00	S/. 45.00
	Zapatos descartables (PAR) - MENSUAL	S/. 0.35	150	S/. 52.50	S/. 52.50
	Gorro desechable tipo gusanito - MENSUAL	S/. 0.12	200	S/. 24.00	S/. 24.00
	Tapa boca descartable - MENSUAL	S/. 0.17	150	S/. 25.50	S/. 25.50

	Guantes de latex Master Quirurgicos - MENSUAL	S/. 0.16	480	S/. 76.80	S/. 76.80
	TOTAL EQUIPOS DE PROTECCIÓN PARA EL PERSONA				
PERSONAL EXTERNO	Asesor contable - MENSUAL	S/. 500.00	1	S/. 500.00	S/. 500.00
	Community manager - MENSUAL	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000. 00	S/. 1,000.00
	TOTAL PERSONAL EXTERNO				
MINI CAFETERÍA	Vasos de tecnopor x 100 unidades - MENSUAL	S/. 6.00	2	S/. 12.00	S/. 12.00
	Cucharita x 100 unidades - MENSUAL	S/. 5.00	2	S/. 10.00	S/. 10.00
	Servilletas x 100 unidades - MENSUAL	S/. 2.00	1	S/. 2.00	S/. 2.00
	Bidon de agua san luis x 20 lt - MENSUAL	S/. 45.00	2	S/. 90.00	S/. 90.00
	Filtrante de manzanilla x 100 unidades - MENSUAL	S/. 10.00	1	S/. 10.00	S/. 10.00
	Filtrante de anís x 100 unidades - MENSUAL	S/. 10.00	1	S/. 10.00	S/. 10.00
	Filtrante de té x 100 unidades - MENSUAL	S/. 10.00	1	S/. 10.00	S/. 10.00
	Azucar en sachets x 100 unidades - MENSUAL	S/. 12.50	2	S/. 25.00	S/. 25.00

	TOTAL SALA DE REPOSO (MINI CAFETERÍA)
--	--

Anexo 4: desglose de Marketing

GASTOS DE VENTA		
CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIDAD
MARKETING / PUBLICIDAD / ACTIVACIÓN EN EVENTOS DE COSMÉTICA	Flyer couché estucado brillante 150 gr / 2 caras full color x millar	S/. 80.00
	Baner scream roll 1 x 2 mts. Con estuche	S/. 120.00
	Impresión de banner de acuerdo a la temporada	S/. 40.00
	Publicidad en redes sociales	S/. 400.00
	Dominio de página web	S/. 100.00
	Módulo de venta armable con estuche	S/. 270.00
	Personal (2) de volante externo por 1 semana con almuerzo	S/. 100.00
	Personal de Activación (2), movilidad y almuerzo	S/. 250.00
	Polos para el personal de las activaciones y volanteo	S/. 12.00
	Brochure A4 / Oficio couché 115 gr Full color x millar	S/. 200.00
	Tarjetas personales de la empresa x Millar full color	S/. 80.00
	Pelota antiestres publicitarias + logo	S/. 1.00
	Merchandising VARIOS+ logo	S/. 2.35
	Lapiceros ecológicos publicitarios + logo	S/. 1.00
	Productos de muestra en tienda velas	S/. 25.50
	Productos de muestra en tienda aceites	S/. 15.00
	Cajitas de mini velas para masajes de regalo activaciones	S/. 15.00
	Caramelos de sabores variados publicitarios + logo	S/. 0.25