

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PERFIL DE TRABAJO DE GRADUACION:**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA FABRICA DE  
COSMETICOS DE ORIGEN NATURAL, EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO  
SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS.**

ESTUDIANTE  
YEINI DANIELA RUÍZ LIMA

No. DE CARNET  
201041050

**ASESOR: Ing. Ángel Darío Meda Ruíz**  
**REVISOR: Dr. Rubén Francisco Ruíz Mazariegos**

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

## **CONSEJO DIRECTIVO**

MsC. Juan Carlos López Navarro  
Licda. Astrid Fabiola Fuentes Mazariegos  
Ing. Agr. Roy Walter Villacinda Maldonado  
Lic. Oscar Alberto Ramírez Monzón  
Br. Luis David Corzo Rodríguez

DIRECTOR  
SECRETARIA CONSEJO DIRECTIVO  
REPRESENTANTE DOCENTES  
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL  
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL

## **COORDINACIÓN ACADÉMICA**

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez  
Ing. Agr. Carlos Antulio Barrios Morales  
Lic. Antonio Etihel Ochoa López  
MsC. Aminta Esmeralda Guillén Ruíz  
MsC. Víctor Manuel Fuentes López  
Lic. Mauro Estuardo Rodríguez Hernández  
Dr. Byron Geovany García Orozco  
Lic. Nelson de Jesús Bautista López  
Ing. Oscar Ernesto Chávez Ángel  
Lic. Carlos Edelmar Velásquez González  
MsC. Danilo Alberto Fuentes Bravo  
Lic. Yobani Alberto Cux Chan  
Licda. Mirna Lisbet de León Rodríguez  
Licda. Julia Maritza Gándara González  
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez  
Lic. Marvin Evelio Navarro Bautista  
Lic. Mario René Requena

COORDINATOR ACADÉMICO  
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA E INGENIERO  
AGRÓNOMO CON ORIENTACIÓN EN  
AGRICULTURA SOSTENIBLE  
COORDINADOR CARRERA PEDAGOGÍA  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
COORDINADORA DE TRABAJO SOCIAL,  
TÉCNICO Y LICENCIATURA  
COORDINADOR CARRERA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS,  
TÉCNICO Y LICENCIATURA  
COORDINADOR DE LA CARRERA  
ABOGADO Y NOTARIO Y LICENCIATURA  
EN CIENCIAS JURÍDICAS  
COORDINADOR DE LA CARRERA  
MEDICO Y CIRUJANO  
COORDINADOR PEDAGOGÍA  
EXTENSIÓN SAN MARCOS  
COORDINADOR DE LA CARRERA  
INGENIERÍA CIVIL  
COORDINADOR DE LA CARRERA  
CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA  
COORDINADOR CARRERA  
PROFESORADO BILINGÜE  
INTERCULTURAL  
COORDINADOR CARRERA  
SOCIOLOGÍA, CIENCIAS POLÍTICAS Y  
RELACIONES INTERNACIONALES  
COORDINADORA EXTENSIÓN TEJUTLA  
COORDINADORA EXTENSIÓN DE  
MALACATÁN  
COORDINADOR DEL INSTITUTO DE  
INVESTIGACIÓN  
COORDINADOR EXTENSIÓN TACANÁ  
COORDINADOR DE ÁREA DE  
EXTENSIÓN

### **TRIBUNAL EXAMINADOR**

MsC. Juan Carlos López Navarro	Director
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Académico
MsC. Victor Manuel Fuentes López	Coordinador de la Carrera
ing. Angel Darío Méda Ruíz	Asesor
Dr. Rubén Frnacisco Ruíz mazariegos	Revisor

### **MIEMBROS DE COMISION DE TRABAJOS DE GRADUACIÓN**

M.s.C. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Secretario
Lic. Wilfido Abigail Fuentes Orozco	Vocal I
Lic. Byron Lionel Orozco García	Vocal II
M.A. María Lorena Montufar Boj	Vocal III

## **DEDICATORIA**

**A DIOS:** FUENTE DE SABIDURÍA Y GUÍA EN CADA PASO DE MI CAMINO ACADÉMICO

**MIS PADRES:** ALVARO RUÍZ (UN ABRAZO AL CIELO), MARLENY LIMA CUYO AMOR INCONDICIONAL Y APOYO INQUEBRANTABLE HAN SIDO MI MAYOR INSPIRACIÓN Y MOTOR PARA ALCANZAR MIS METAS.

**MI ESPOSO:** WILLIAM LAM POR SU PACIENCIA, COMPRENSIÓN Y CONSTANTE ALIENTO DURANTE LOS MOMENTOS DIFÍCILES.

**MIS HIJOS:** DANIEL Y NICOLE MÉRIDA QUIENES HAN SIDO MI LUZ Y RAZÓN PARA ESFORZARME CADA DÍA.

**MIS HERMANOS** DERIK, JEHANNETH Y FERNANDA RUÍZ POR SU APOYO Y COMPLICIDAD EN CADA PASO DE ESTE CAMINO

**TIOS** POR SU APOYO INCONDICIONAL

**DOCENTES DE LA CARRERA:** POR SU MENTORÍA, SABIDURÍA Y APOYO ACADÉMICO A LO LARGO DE ESTA TRAVESÍA EDUCATIVA.

**A TODOS USTEDES, MI GRATITUD ETERNA Y MI AMOR MÁS PROFUNDO."**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO SAN MARCOS



San Marcos, 29 de febrero de 2024

Señores:

Miembros de la Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera de Administración de Empresas.

Respetables profesionales:

De manera atenta me dirijo a ustedes para manifestar que mi trabajo de graduación denominado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA FABRICA DE COSMÉTICOS DE ORIGEN NATURAL, EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS”** ha recibido dictamen favorable por mi asesor y revisor.

*Por lo que solicito se me conceda fecha para realizar el examen privado de graduación, de antemano muy agradecida.*

Atentamente:

---

YEINI DANIELA RUIZ LIMA

Carné 201041050

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO SAN MARCOS



San Marcos, 28 de abril de 2023

Señores:  
Miembros de la Comisión de Trabajos de Graduación  
Carrera de Administración de Empresas

Respetables profesionales:

De manera atenta me dirijo a ustedes para manifestarles que he asesorado el trabajo de graduación denominado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA FABRICA DE COSMETICOS DE ORIGEN NATURAL, EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPEQUEZ, SAN MARCOS”** elaborado por la estudiante: **YEINI DANIELA RUÍZ LIMA**, Carné No. **201041050**, de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas.

En virtud que el trabajo presentado reúne los requisitos técnicos y académicos exigidos por las normas y leyes universitarias, en mi calidad de ASESOR, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para que el trabajo continúe con los trámites correspondientes.

Atentamente,

f)

Ing. Ángel Darío Méda Ruíz  
Colegiado No. 4213

ASESOR

Ángel Darío Méda Ruíz  
ING. INDUSTRIAL  
COL. No. 4213

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

San Marcos, 15 de mayo 2,023

Señores:

**Comisión trabajo de Graduación  
Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas  
Centro Universitario de San Marcos, San Marcos.**

Respetables Profesionales:

De manera respetuosa me dirijo a ustedes para remitir el **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA FABRICA DE COSMETICOS DE ORIGEN NATURAL, EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS**; de la estudiante **YENI DANIELA RUIZ LIMA** carné: 201041050; y posterior a una lectura minuciosa del contenido del mismo se llega a la conclusión que llena los requisitos de un trabajo de graduación.

Cabe mencionar que dicho trabajo cumple con lo establecido en el normativo correspondiente de la carrera de Administración de Empresas de este Centro Universitario por lo tanto emito opinión de **FAVORABLE** y se sugiere continuar con los pasos subsiguientes.

Sin más al particular me suscribo,

Atentamente,



Ing. Agr. Rubén Francisco Ruiz Mazariegos; PhD.

COLEGIADO. 1363

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

# INDICE

RESUMEN .....	i
INTRODUCCIÓN .....	ii
CAPÍTULO I .....	1
LA EMPRESA Y EL NEGOCIO .....	1
1.1    Antecedentes de la empresa .....	1
1.2    Objetivos .....	2
1.2.1  Objetivo General .....	2
1.2.2  Objetivos específicos .....	2
1.3    Visión .....	3
1.4    Misión .....	3
1.5    Valores .....	3
1.6    Análisis estratégico .....	4
CAPÍTULO II .....	6
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	6
2.1    Información del producto .....	6
2.2    Elementos de un cosmético .....	6
2.2.1  Elementos internos .....	6
2.2.2  Elementos externos .....	7
2.3    Características de los productos y aplicaciones de los productos .....	7
2.4    Servicios de la fábrica de cosméticos .....	7
2.5    Clasificación de los cosméticos .....	9
2.6    Los principios básicos sobre la fábrica de cosméticos .....	10
2.6.1  Principio de oferta y demanda .....	10

2.6.2	Principio de la anticipación.....	10
2.7	Necesidades a satisfacer .....	10
CAPÍTULO III.....		12
EQUIPO DE GESTIÓN.....		12
3.1	Personal necesario.....	12
CAPÍTULO IV.....		14
MERCADO Y COMPETENCIA .....		14
4.1	Mercado objetivo o mercado meta.....	14
4.2	Mercado meta .....	14
4.3	Crecimiento del mercado.....	14
4.4	Proyección del crecimiento del mercado para 5 años:.....	16
4.5	Perfil del mercado .....	17
4.5.1	Demanda identificada: .....	17
4.6	Competencia.....	18
4.7	Segmentación de Mercado.....	18
4.8	Estudio de mercado .....	19
CAPÍTULO V.....		25
Organización administrativa y legal.....		25
5.1	Descripción de puestos .....	26
5.2	Organización legal.....	34
5.2.1	Procedimiento de Inscripción de Sociedades Mercantiles, Régimen Normal en el Registro Mercantil.....	35
5.2.2	Procedimiento de Inscripción de Empresa Mercantil, Régimen General en la Superintendencia de Administración Tributaria SAT.....	37
5.2.3	Inscripción de empresas en el IGSS .....	39
5.2.4	Registro de marca.....	39

5.2.5	Registro sanitario .....	40
CAPÍTULO VI.....		42
PLAN DE MARKETING .....		42
6.1	Clientes Objetivo .....	42
6.2	Estrategia de precios.....	44
6.2.1	Determinación del precio en base a los costos .....	44
6.3	Distribución .....	45
6.4	Página Web.....	47
6.5	Política de servicio .....	49
6.5.1	Alcance de la política .....	49
6.5.2	Beneficios y compromisos .....	49
6.6	Promoción y publicidad .....	50
CAPÍTULO VII.....		55
PLAN DE PRODUCCIÓN .....		55
7.1	Servicios.....	55
7.2	Tamaño y ciclo de producción .....	59
7.3	Ciclo o diagrama de flujo del servicio .....	59
7.4	Localización Geográfica .....	60
7.5	Distribución en planta .....	60
7.6	Datos geográficos de la comunidad.....	61
7.6.1	Mobiliario y equipo .....	63
	Espejo para maquillaje tipo Hollywood con adaptaciones para 10 focos.....	63
CAPÍTULO VIII.....		64
PLAN FINANCIERO.....		64
8.1	Costos e inversión inicial .....	64

8.2	Mobiliario y equipo .....	64
8.3	Gastos de constitución .....	65
8.4	Gastos de organización .....	65
8.5	Gastos fijos .....	66
8.6	Gastos de publicidad .....	66
8.7	Flujo de Fondos Proyectados .....	67
8.8	Rentabilidad: (VAN y TIR), costo beneficio .....	68
CAPÍTULO IX.....		69
ANÁLISIS DE RIESGO .....		69
9.1	Matriz de riesgos: .....	69
9.2	Acciones de mitigación:.....	70
CONCLUSIONES .....		72
BIBLIOGRAFÍA .....		73
ANEXOS.....		74

## Índice de Ilustraciones

<b>Ilustración 1 Competencia</b> .....	18
<b>Ilustración 2 Organigrama</b> .....	25
<b>Ilustración 3 Distribución</b> .....	46
<b>Ilustración 4 Página Web</b> .....	48
<b>Ilustración 5</b> .....	48
<b>Ilustración 6 características del producto</b> .....	49
<b>Ilustración 7 Logotipo COSMETIC MAGIC OF NATURE</b> .....	51
<b>Ilustración 8 post publicitario en televisión</b> .....	53
<b>Ilustración 9 post publicitario en redes sociales</b> .....	54
<b>Ilustración 10 Proceso de producción</b> .....	55
<b>Ilustración 11 Proceso de producción</b> .....	56
<b>Ilustración 12 Proceso de producción</b> .....	57
<b>Ilustración 13 Proceso de producción</b> .....	58
<b>Ilustración 14 Fabricación de cosméticos</b> .....	59
<b>Ilustración 15 micro localización</b> .....	60
<b>Ilustración 16 Distribución en planta</b> .....	61
<b>Ilustración 17 Datos geográficos</b> .....	62
<b>Ilustración 18 Mapa de macro localización</b> .....	62

## Índice de Gráficas

<b>GRAFICA 1 Tipo de problemas puede combatir un producto para la piel .....</b>	<b>19</b>
<b>GRAFICA 2 Producto artesanal.....</b>	<b>20</b>
<b>GRAFICA 3 La importante de un producto artesanal .....</b>	<b>21</b>
<b>GRAFICA 4 Forma.....</b>	<b>22</b>
<b>GRAFICA 5 Compra de productos.....</b>	<b>23</b>
<b>GRAFICA 6 Visita .....</b>	<b>24</b>

## Índice de tablas

Tabla 1 Personal de gestión.....	12
<b>Tabla 2 Demanda crecimiento del mercado sobre el 5% anual .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 3 Sueldos.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 4 Organización legal .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 5 Demanda encontrada en el Municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 6 Aumento por año del total de la demanda con el 5% anual .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 7 Demanda a 5 años .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 8 Mobiliario y equipo .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 9 Costos e inversión inicial .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 10 Mobiliario y equipo .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 11 Inmueble y materia prima .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 12 Gastos de constitución .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 13 Gastos de organización.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 14 Gastos fijos .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 15 Gastos de publicidad.....</b>	<b>66</b>

## Índice de cuadros

Cuadro No. 1 FODA.....	5
<b>Cuadro 2 Descripción de personal de gestión.....</b>	<b>13</b>
<b>Cuadro 3 Salones o profesionales de estética .....</b>	<b>15</b>
<b>Cuadro 4 Mujeres jóvenes de 15 a 25 años.....</b>	<b>16</b>
<b>Cuadro 5 Barberías .....</b>	<b>16</b>
<b>Cuadro 6 Proyección del crecimiento .....</b>	<b>16</b>
<b>Cuadro 7 Demanda identificada.....</b>	<b>17</b>
<b>Cuadro 8 Perfil de puesto de Gerente .....</b>	<b>26</b>
<b>Cuadro 9 Perfil del jefe de Producción.....</b>	<b>27</b>
<b>Cuadro 10 puesto jefe comercial .....</b>	<b>28</b>
<b>Cuadro 11 Puesto de contador .....</b>	<b>29</b>
<b>Cuadro 12 Puesto de asistente .....</b>	<b>30</b>
Cuadro 13 Puesto de operarias .....	31
Cuadro 14 Puesto de vendedoras.....	32
<b>Cuadro 15 Puesto de Asesoras.....</b>	<b>33</b>
<b>Cuadro 16 Mecanismos de promoción.....</b>	<b>52</b>
<b>Cuadro 17 Presupuesto de prom .....</b>	<b>54</b>

## **RESUMEN**

Esta tesis se centra en el desarrollo de un plan de negocios detallado para la creación de una fábrica de cosméticos de origen natural en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos. La investigación y análisis realizados respaldan la viabilidad y la importancia de esta iniciativa. El estudio destaca la oportunidad de mercado que existe para los productos naturales y sostenibles, a nivel local, y la ubicación estratégica de San Pedro Sacatepéquez para la producción y distribución de estos productos. El enfoque principal del plan de negocios es la calidad y autenticidad de los productos, así como la promoción de prácticas sostenibles y la colaboración con la comunidad local.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consiste en el estudio de la viabilidad para la apertura de un negocio ubicado en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, dedicado a la producción y comercialización de cosméticos naturales sin uso de químicos, ofrecerá talleres de maquillaje, asesoría para uso de los productos que ofrece, para posterior distribución al público meta del municipio.

En la actualidad la aplicación del maquillaje encarna a una mujer más sofisticada y preocupada por sí misma donde las técnicas de embellecimiento no solo son un signo para distinguirse de los demás sino también para gustarse a uno mismo mediante la búsqueda de la belleza puesta al servicio de la sensualidad.

Con la apertura de esta fábrica de cosméticos se busca lograr que la mujer encuentre mediante una asesoría personalizada y el contacto directo con el producto, distribuyendo a cada estética, el complemento apropiado para realzar su belleza mediante la aplicación del maquillaje de acuerdo a sus características individuales estando acorde con las tendencias y rasgos físicos. Tomando en cuenta los precios de la competencia son los siguientes: Q160.00, Q.175.00, Q180.00, Q189.99 y Q175.00, sin embargo, dentro del estudio de mercado los clientes están dispuestos a pagar Q150.00.

La Fábrica de Cosméticos tiene como objetivo prestar servicios relacionados con el cuidado de la imagen, asesoramiento de la venta de los productos, talleres de maquillaje. Su cartera de productos se basa en los procedimientos de limpieza, masajes faciales y corporales, maquillaje para diferentes ocasiones, entre otras actividades que estarán impartiendo personal especializado en la aplicación y realización de los productos.

La variedad de negocios que ofrecen tratamientos estéticos y servicios de maquillaje de forma complementaria determina un panorama muy competitivo en el sector. Salones o profesionales de estética, mujeres jóvenes de 15 a 25 años, centros de bronceado, gimnasios, tiendas de cosmética, entre otros, disponen en muchos casos de una o dos cabinas en las que se ofrecen tratamientos de belleza, buscando la ampliación de los servicios ofrecidos y teniendo la posibilidad con ello de captar nuevos clientes y aumentar además las ventas. Frente a estas alternativas, surge la fábrica de cosméticos como negocio diferenciado. Estos se pueden clasificar en salones que ofrecen los servicios habituales que le son propios o aquellos orientados a la especialización de determinados servicios obteniendo un impacto en el mercado. Debido a que la fábrica objeto de estudio estará en fase de crecimiento durante los primeros años, el valor activo y pasivo aumentará en cada ejercicio, como también en zonas cercanas del municipio de San Pedro Sacatepéquez.

# CAPÍTULO I

## LA EMPRESA Y EL NEGOCIO

### 1.1 Antecedentes de la empresa

El negocio de fabricación de productos cosméticos es un negocio en constante crecimiento, nuestra idea es abarcar el máximo número de clientes de todas las edades, pero más centrado en la mujer y proporcionarles un sistema de asesoramiento para todo tipo de tratamientos y cuidados, así como la amplia gama de productos adaptados a cada persona. Los cosméticos, son herramientas poderosas para un gran porcentaje de mujeres; es indudable la fascinación que provocan estos en ellas.

Los cosméticos son una herramienta imprescindible para la mayoría de las mujeres, de modo que estos se catalogan como productos de constante demanda. Para ello siempre será bueno asesor a los clientes que se le va a distribuir el producto, mediante personas idóneas que entiendan a la perfección el manejo de los cosméticos. Los productos comercializados por la fábrica serán de marca reconocida en el mercado, se llevará a cabo el proceso para registrar la marca de la misma y realizar el respectivo costo.

Las novedades suben y bajan muy deprisa, pero la finalidad es conseguir que la fábrica perdure en la mente de los clientes como opción a considerar siempre que se quiera comprar cosméticos será más fácil posicionarnos y asegurar la demanda del mercado, esto se llevará a cabo mediante la oferta de productos de excelente calidad. Los clientes potenciales se interesarán por lo nuevo, por lo que es la oportunidad para la fábrica de posicionarse con los productos naturales sin químicos y estos que lleguen a la percepción del cliente. Entre los productos a ofrecer tenemos:

- Mascarilla de carbón activado de coco
- Labial de cera de abeja y aceite de girasol
- Delineador de ojos de cera de abeja
- Base de maquillaje de canela y cacao
- Correctores con manzanilla

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Diseñar un plan de negocios para la fábrica dedicada a la asesoría, producción, distribución y venta de productos de cosméticos naturales para el cuidado personal, ubicada en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una fábrica, experta en la producción, distribución y comercialización de productos de cosméticos naturales de cuidado personal.
- Desarrollar una investigación de mercado para conocer características de la la instalación de la fábrica.
- Elaborar un plan de operaciones que especifique los procesos o procedimientos que resultan claves para la marcha de la fábrica.
- Evaluar la factibilidad económica y financiera del negocio bajo un horizonte de tiempo y rentabilidad determinados.

### 1.3 Visión

Conseguir un buen posicionamiento estratégico y diferenciador en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, a través de la generación de estrategias continuas de crecimiento, tomando en cuenta que a través del tiempo se cuenta con su expansión en el país de Guatemala. Ofreciendo un trato excelente a nuestros clientes satisfaciéndolos al 100% con nuestros productos, llegando a ser un gran referente de productos cosméticos.

### 1.4 Misión

Brindar productos cosméticos de calidad a precios accesibles, con un excelente servicio que satisfaga las necesidades de nuestros distribuidores y consumidores, generando al mismo tiempo empleo y bienestar social a nuestros comercializadores, mediante políticas de reconocimiento de desempeño.

### 1.5 Valores

Consideramos ciertos valores que son necesarios para el buen funcionamiento del negocio:

- **Compromiso:** la finalidad como empresa es desarrollar en función de las necesidades de nuestro cliente, por lo que implantaremos en todos los niveles de la organización una cultura orientada al cliente, de tal modo que sabremos cuáles son sus necesidades y cómo actuar sobre ellas.
  
- **Honestidad:** Es decir, “transparencia”, se convierte para la fábrica en el fortalecimiento de la relación y vínculo comercial con los clientes.

Transparencia significa ser honesto con los clientes, ser capaces de cumplir lo acordado en tiempo y forma, oportuna y eficientemente.

- **Servicio:** Ofrecer un servicio eficaz y eficiente, ya que la fidelidad del cliente es lo más importante, que permanezcan fieles al negocio por mucho tiempo, ya que esto es lo que garantiza la rentabilidad y creación de valor a largo plazo.
  
- **Calidad:** material de fabricación, eficacia, carencia de errores, siendo de maga alta para no dañar la piel del consumidor, ya que el éxito de nuestro producto solo lo podemos lograr con la satisfacción de nuestros clientes.
  
- **Responsabilidad:** La responsabilidad de llevar a cabo y cumplir los valores anteriores.
  
- **Trabajo en equipo:** Es para nosotros el propósito de trabajar en colaboración con los demás, de hacer sentir que formamos parte de un equipo y, sobre todo, que trabajamos conjuntamente en oposición a trabajar separadamente o competitivamente.

## 1.6 Análisis estratégico

Para comprender de mejor manera la empresa se ha realizado un análisis FODA, el cual permite determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en el mercado; dando como resultado lo siguiente:

Cuadro No. 1 FODA



Productos de calidad  
 Optimización de procesos en la instalación  
 Exclusividad del producto  
 Servicio integral  
 Innovación  
 Personal motivado y cualificado



Tendencias de consumo  
 Diversificación de áreas  
 Valoración de la imagen  
 Nuevos segmentos de mercado  
 Presión del factor tecnológico  
 Importancia de la formación



Empresa de nueva creación  
 Escasa financiación  
 Escasa publicidad  
 Cuota de mercadeo  
 ubicación de instalación  
 Ociosidad



Mayor crecimiento de la competencia  
 Nuevos hábitos de los consumidores  
 Dificultad a la financiación ajena

**Feunte: Elaboración propia**

## **CAPÍTULO II**

### **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

#### **2.1 Información del producto**

Para los clientes es importante conocer de forma precisa los bienes y servicios que la empresa brinde, de manera que tengan conocimiento producto y utilidad, por lo cual nuestra fábrica de cosméticos de origen natural toma en cuenta técnicas del maquillaje que en la mayoría de las mujeres busca para resaltar su belleza, encontrando asesoría personalizada, lo fundamental de un excelente cosmético natural se encuentra en la manera en que se eligen los productos para su elaboración, estos deben ser calificados que posean una línea de calidad y responsabilidad en el cuidado de la moderación siendo exigentes dentro del mercado.

Para que nuestro producto sea relevante hacia los clientes debe contar con la presentación de calidad, el precio y la mezcla de los ingredientes naturales; son puntos fundamentales para que el producto se mantenga en el mercado y de frutos excelentes, la industria de los cosméticos ha ido evolucionando en la sociedad de manera que se elaboran productos cosméticos para las rutinas de belleza, tomando en cuenta que el cuidado personal ha sido un tema innovador teniendo varias funciones esenciales en la limpieza de la cara, el cubrir imperfecciones y resaltar la belleza con productos naturales.

#### **2.2 Elementos de un cosmético**

Un cosmético es un preparado constituido por dos elementos:

##### **2.2.1 Elementos internos**

“Son los ingredientes que constituyen el cosmético, es la parte del cosmético propiamente dicho y el que se realizará la función para la que se ha fabricado. También son llamados componentes del cosmético.

### **2.2.2 Elementos externos**

Son todos los elementos, como el envase, cartonaje, etiquetado, prospecto y publicidad. Son importantes en la comercialización del cosmético”. (Orellana, 2017)

## **2.3 Características de los productos y aplicaciones de los productos**

### **Posibles clientes**

- Salones o profesionales de estética
- Mujeres jóvenes de 15 a 25 años
- Centros de bronceado
- Gimnasios
- Tiendas de cosmética, entre otros

## **2.4 Servicios de la fábrica de cosméticos**

El objetivo de la fábrica es ofrecer productos cosméticos de belleza, un sistema de asesoramiento para todo tipo de tratamientos y cuidados, siendo estos los siguientes:

- Mascarilla de carbón activado de coco

Retarda el envejecimiento celular, ayuda a purificar la piel y mantener su elasticidad. El carbón activado cierra tus poros evitando que bacterias y otras sustancias se adhieran a la piel, y no es todo, también equilibra la grasa, es decir la exfolia para liberarla de toxinas. La mascarilla de carbón activado de coco es ideal para las personas con la piel grasa, mixta o con acné. Recuerda que este remedio casero no sustituye un tratamiento, consulta a un médico

➤ Labial de cera de abeja y aceite de girasol

Nutre los labios con una mezcla de aceite de jojoba orgánico, aceite de girasol, cera de abeja y vitamina e. La producción de color es bastante sutil y hace que tus labios brillen seductores.

➤ Delineador de ojos de cera de abeja

Es un producto con materia prima emulsionante y ayudará a dar solidez al delineado, además proporciona a la piel innumerables propiedades como hidratante, nutritiva, cicatrizante y antibacteriana, con el ingrediente aceite ricino fortalece el parpado y reduce ojeras también el delineador es una barrera solar por la vitamina E.

➤ Base de maquillaje de canela y cacao

Ofrece resultados excelentes, tanto en el acabado como para la salud de la piel, la canela es uno de los ingredientes más efectivos para reactivar la circulación. Por ello es posible encontrar productos cosméticos que no solo tienen canela por cuestiones de aroma, sino por la utilidad de ciertos compuestos que tiene.

➤ Correctores de manzanilla

Este producto busca cubrir ojeras y desinflamar sin marcar líneas de expresión ya que sus ingredientes principales son la manzanilla, tiene ligera consistencia en crema que disminuye líneas de expresión en el área de los ojos además ofrece beneficios como: Poderes calmantes, antisépticos y antiinflamatorios.

### **Servicio de asesoría con expertos**

Desde la creación la fábrica de cosméticos deberá tener presente varias consideraciones fundamentales, y lo mejor es trabajar en colaboración con un asesor

experto para garantizar que pueda materializar la meta de los productos, en virtud, de que puede proporcionar las mejores soluciones para resolver las necesidades que se dispongan y comprometerse con la seguridad del proceso y producto.

## **2.5 Clasificación de los cosméticos**

A pesar de que la mayoría de las personas utiliza el término productos para el cuidado personal, para referirse a los artículos que encuentra en la sección con ese mismo nombre en tiendas departamentales, supermercados y farmacias; el concepto como tal no existe, ya que éstos productos cosméticos, según la ley. Y dentro de esta categoría se encuentran, humectantes para la piel, perfumes, labiales, esmaltes para uñas, maquillaje facial y para los ojos, champús, tintes para el cabello, pasta de dientes y desodorantes.

- ❖ Higiénicos, “son los productos destinados a la limpieza de la zona en la que se ocupan, pueden o no necesitar enjuague. Un ejemplo de estos son los limpiadores faciales, exfoliantes, pasta dental, entre otros.
  
- ❖ Decorativos, son productos que se utilizan para resaltar algunas zonas del cuerpo o disimular aquellas zonas que no son tan agradables. Por ejemplo: sombras de ojos, mascara de pestañas, delineador de ojos, correctores de ojos y tintes para el cabello.
  
- ❖ Protectores o de conservación; son productos cosméticos que ayudan a conservar una buena apariencia en la piel de las personas, por ejemplo: bloqueador solar, cremas hidratantes, aceites corporales, etc.

Cosméticos correctivos; son productos que ayudan a mantener una apariencia perfecta en la piel, rostro y cuero cabelludo”. (López, 2019)

## **2.6 Los principios básicos sobre la fábrica de cosméticos**

Los principios relativos a la fabricación de productos cosméticos están profundamente ligados a cuestiones económicas, tales como los mercados, la oferta y la demanda. Los principios fundamentales son los siguientes:

### **2.6.1 Principio de oferta y demanda**

La demanda para un producto, está limitada por los precios, ingresos, los gustos y la materia prima, el riesgo de financiamiento, que los clientes tengan para cubrir los productos adquiridos, es una manera de aumentar los ingresos o de disminuir los precios.

### **2.6.2 Principio de la anticipación**

el valor es tomado en atención a los beneficios o ingresos futuros de la empresa de fabricación de productos cosméticos.

#### **Ventajas**

- ❖ Diversidad de productos
- ❖ Innovación
- ❖ Control de calidad
- ❖ Fabricación
- ❖ Ingredientes naturales

#### **Desventajas**

- ❖ Mercado local de cosméticos competencia general
- ❖ Impacto ambiental

## **2.7 Necesidades a satisfacer**

La fábrica de productos cosméticos, se lograrán satisfacer varias necesidades que existen en clientas como en salones de belleza, en este caso se tendrá en

cuenta el asesoramiento personalizado en la compra, gracias al modelo de venta que se pretende desarrollar, el cual consiste en comercializar los productos por venta directa, a través de asesoras independientes, las que darán a sus clientas demostraciones grupales o individuales de los productos, contribuyendo a la empresa a construir una relación estrecha tanto con clientas como con las asesoras.

Teniendo la opción de personalizar cualquier producto al gusto de la empresa, con el fin de que nuestra empresa pueda satisfacer todas las necesidades que el cliente requiera, dentro del municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos.

Formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un beneficio, la implantación de relaciones con el consumidor, hacer uso del marketing empresarial para así asegurar el éxito mediante estrategias certeras y teniendo en claro que el producto es cien por ciento natural.

## CAPÍTULO III

### EQUIPO DE GESTIÓN

#### 3.1 Personal necesario

El personal que integrará la fábrica de cosméticos de origen natural, se presenta a continuación:

Tabla 1 Personal de gestión

No.	PUESTO A DESEMPEÑAR	SUELDO INDIVIDUAL	COMISIONES POR VENTA	SUELDO MENSUAL
1	Gerente General	Q. 8,000.00		Q. 8,000.00
1	Jefe de Producción	Q. 6,000.00		Q. 6,000.00
1	Jefe comercial	Q. 5,000.00		Q. 5,000.00
1	Contador	Q. 3,100.00		Q. 3,100.00
1	Asistente	Q3,500.00		Q. 3,500.00
2	Operarias	Q. 3,100.00		Q. 6,200.00
2	Vendedoras	Q. 3,100.00	Q2,000.00	Q. 10,200.00
2	Asesoras	Q. 3,100.00	Q2,000.00	Q. 10,200.00
		<b>TOTAL</b>		<b>Q52,200.00</b>

Se inician operaciones de la empresa con 11 colaboradores, los cuales tienen las siguientes funciones:

**Cuadro 2 Descripción de personal de gestión**

PERSONAL	DESCRIPCIÓN
<b>Gerente General</b>	Tiene a su cargo las operaciones de las todas las áreas de la fábrica, por medio de la coordinación y administración, asegurando el cumplimiento de las tareas de producción dentro de los modelos de las actividades establecidas.
<b>Jefe de Producción</b>	Coordinar la actividad productiva relacionadas con el proceso productivo, es decir la fabricación, calidad, mantenimiento y empaçado, mediante las instrucciones generales por medio de la empresa.
<b>Jefe comercial</b>	Persona encargada de dirigir el sistema comercial, teniendo en cuenta que se debe analizar e investigar las ventas y operaciones; llevar a cabo el desarrollo de los productos y la opción de nuevas ideas, tomando en cuenta el mercado y publicidad.
<b>Contador</b>	Es fundamental que el contador cumpla con el ordenamiento de los libros contables, teniendo una estabilidad financiera de los ingresos y egresos de la fábrica, la elaboración y entrega de documentos, reportes financieros y registros contables.
<b>Asistente</b>	Tiene a su cargo ayudar al gerente general, como también al equipo de gestión. Teniendo conocimiento del proceso de productos cosméticos, estableciendo prioridades de la empresa.
<b>Operarias</b>	Encargadas de realizar operaciones de proceso industrial, operaciones básicas de mantenimiento de los equipos, actividades de mano de obra.
<b>Vendedoras</b>	Es el contacto directo entre la fábrica y la clientela, encargados de vender los productos, sin embargo, deben tener una buena presentación y es fundamental tener una excelente atención al cliente.
<b>Asesoras</b>	Es importante contar con asesoras, debido que son expertas en el cuidado de la piel y en los procesos de aplicación de productos cosméticos, ayudando a las clientas en la búsqueda de color, propiedades y confianza en la marca.

*Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022, USAC-CUSAM*

## **CAPÍTULO IV**

### **MERCADO Y COMPETENCIA**

#### **4.1 Mercado objetivo o mercado meta**

El mercado objetivo hace referencia a los clientes y consumidores a los que se dirige el producto o servicio, sobre los que la empresa centrará sus esfuerzos de venta. Los clientes de la empresa son las personas o sociedades que adquieren el producto, mientras que los consumidores son los que disfrutan del producto, ya que estos se benefician de los mismos. En este caso, al igual que en muchos otros tipos de negocio, los clientes y los consumidores serán los mismos.

A continuación, se presenta información detallada del mercado meta de la fábrica de productos cosméticos COSMETIC MAGIC OF NATURE:

#### **4.2 Mercado meta**

El perfil de cliente a quien se le ofrecerán los productos y servicios de los que dispondrá la empresa con tal de satisfacer sus necesidades serán todos aquellos salones o profesionales de estética cuyo centro de trabajo, de igual forma mujeres jóvenes de 15 a 25 años y barberías, este ubicado en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, Región VI y VII de Guatemala.

#### **4.3 Crecimiento del mercado**

La fábrica podría ampliar su mercado en otros lugares cercanos al municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, como es en la Región VI y VII de Guatemala, según el crecimiento o la aceptación en el mercado nacional.

**Cuadro 3 Salones o profesionales de estética**

<b>NOMBRE</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
Distribuidora Gloss	79471418	3ra. Avenida 3-12, San Pedro Sac.,
Guapas – Salón y Spa	30272346	6ta Avenida 1-93 zona 2, San Pedro Sac.
GLAM Estudio de Belleza	59881702	2da Calle 1-33 zona 4 San Pedro Sac.
Alejandros Nail	54832844	4 calle 1-15 zona 4 San Pedro Sac.
Lovely Nails		Calzada Ciriaco Soto 1-12 zona 4, San Pedro Sac.
Salón de Belleza Melany		7ª. Calle 177, San Pedro Sac.
Fancy Salón y Spa	41118141	6ª Avenida, San Pedro Sac.
Chic Boutique & Salón de Belleza	59053917	10 Avenida 4-29, zona 1 San Pedro Sac.
Karly's Cosmetics		San Marcos
Chic Makeup Studio	41570289	San Marcos
Pinky Shop		San Marcos
Sonias Salón de Belleza		San Pedro Sac.
Salón de Belleza ZARA		1ra Calle zona 2, San Pedro Sac.
Piel Bonita		San Marcos
Trend		San Pedro Sac.
Skincare Beauty Box		San Pedro Sac.
Estética Unisex Geisi	56188386	San Pedro Sac.
Makeup store petite		San Marcos
Zammy Salon's		7ª Calle A 6-28, San Pedro Sac.
Gloss	41517704	7ª Avenida 3-29, San Pedro Sac.
Diamond Chic Salón	40356772	6ª Calle 4-24, San Pedro Sac.
Shabri Salón		2ª Avenida 1-21, San Pedro Sac.
Espacio Belleza	55009067	7ª Avenida 6-45 zona 2, San Pedro Sac.

**Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022, USAC-CUSAM (directorio web)**

**Cuadro 4 Mujeres jóvenes de 15 a 25 años**

<b>NOMBRE</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
Aby Nava		San Pedro Sac.
Angela Orozco	51105771	San Pedro Sac.
Nury Orozco	59419887	San Pedro Sac.
Jenny Orozco		San Pedro Sac.
Sckarleth Velásquez	47641475	San Pedro Sac.
Rosita Orozco	54223628	San Pedro Sac.

**Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022, USAC-CUSAM (directorio web)**

**Cuadro 5 Barberías**

<b>NOMBRE</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
Men's Barber Club	33588230	6ta. Avenida C1-53, San Pedro Sac.
VNR Barbershop		San Pedro Sac.
Barbería Emanuel	50645950	6ta. Avenida 6-72, San Pedro Sac.
FamilyMG BarberShop	40487046	7ª Calle 5-48 zona 1, San Pedro Sac.
Barbería La Central	59297964	6ª Calle No. 6-41, San Pedro Sac.
Barbería La Moda		5ta. Calle 935-808, San Pedro Sac.
Holy Barber Shop	54231096	San Pedro Sac.
Barbería Génesis	51822890	San Pedro Sac

#### **4.4 Proyección del crecimiento del mercado para 5 años:**

**Cuadro 6 Proyección del crecimiento**

<b>No</b>	<b>SEGMENTO</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
1	Salones o profesionales en estéticas	10	25	35	45	60
2	Mujeres jóvenes de 15 a 25 años	15	30	45	55	70
3	Barberías	10	20	35	45	60

**Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022, USAC-CUSAM**

Tabla 2 Demanda crecimiento del mercado sobre el 5% anual

Empresas promedio en el mercado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salones	2205	2315	2315	2430	2551
Barberías					
Personas					

Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022, USAC-CUSAM

Con esta información fue que se tomó la decisión de considerar como mercado objetivo los salones, profesionales en estéticas y mujeres jóvenes del municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, siendo en su totalidad 32

La fórmula utilizada para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

#### 4.5 Perfil del mercado

##### 4.5.1 Demanda identificada:

La demanda se encuentra integrada por:

Cuadro 7 Demanda identificada

NOMBRE DE LA EMPRESA/PERSONA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
GLAM estudio de belleza	2da calle 1-33 zona 4, San Pedro Sac.	59881702
Academia Profesional de Cosmetología y Belleza "Crea Imagen"	Calle principal del Cementerio General 1ra Avenida A 2-79, San Pedro Sac.	56307721
Gloss	7ª Avenida 3-29, San Pedro Sac.	41517704
Zammy Salon's	7ª Calle A 6-28 San Pedro Sac.	56307721
Chic Makeup Studio	San Marcos	41570289
Nury Orozco	San Pedro Sac.	59419887
Sckarleth Velásquez	San Pedro Sac.	47641475

Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022, USAC-CUSAM

## 4.6 Competencia

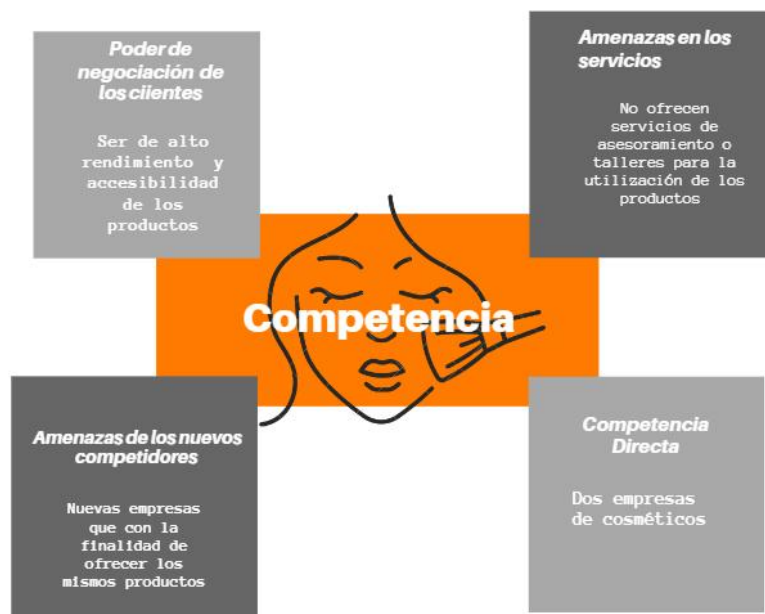
En el municipio de San Pedro Sacatepéquez existen aproximadamente dos empresas de cosméticos, con variedad de marcas, sin embargo pero no ofrecen servicios de asesoramiento o talleres para la utilización de los productos, lo cual ayudara al posicionamiento en el mercado, creando una ventaja para la fábrica de cosméticos natural.

## 4.7 Segmentación de Mercado

A un inicio se pretende abarcar el mercado local del Municipio de san Pedro Sacatepéquez, San Marcos, y la Región VI y VII de Guatemala, Aprovechando los siguientes elementos esenciales:

- Salones o profesionales de estética
- Mujeres jóvenes de 15 a 25 años
- Barberías

Ilustración 1 Competencia

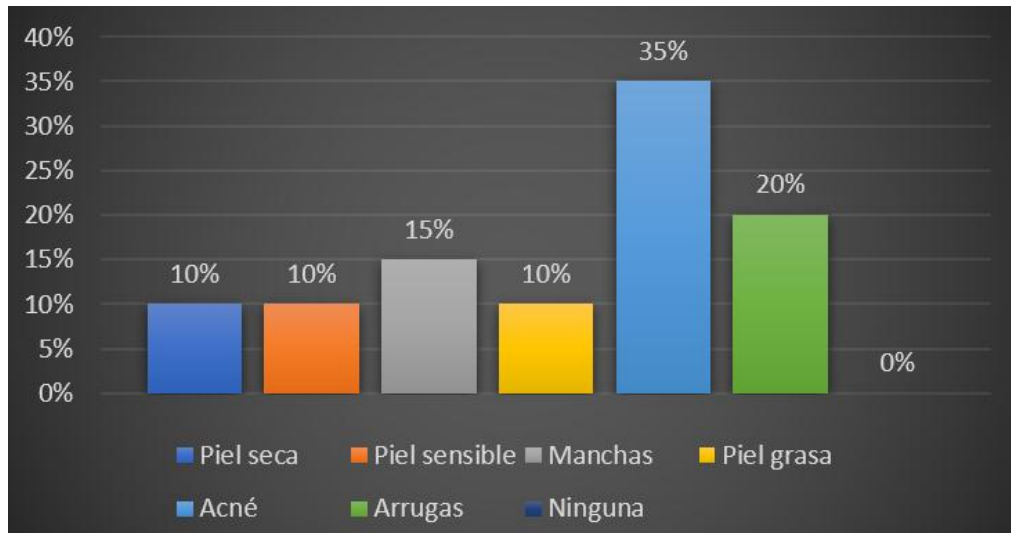


Fuente: elaboración propia, USAC-CUSAM año 2022, (programa canva)

## 4.8 Estudio de mercado

El presente trabajo de investigación se respaldó en encuestas que se realizaron utilizando los medios electrónicos con una encuesta formulada en Google Forms, para recolectar información sobre los salones o profesionales en estética en el área de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos y sobre la aceptación de una fábrica de cosméticos de origen natural en mujeres jóvenes de 15 años a 25 años, los resultados de la encuesta se presentan a continuación:

GRAFICA 1 Tipo de problemas puede combatir un producto para la piel

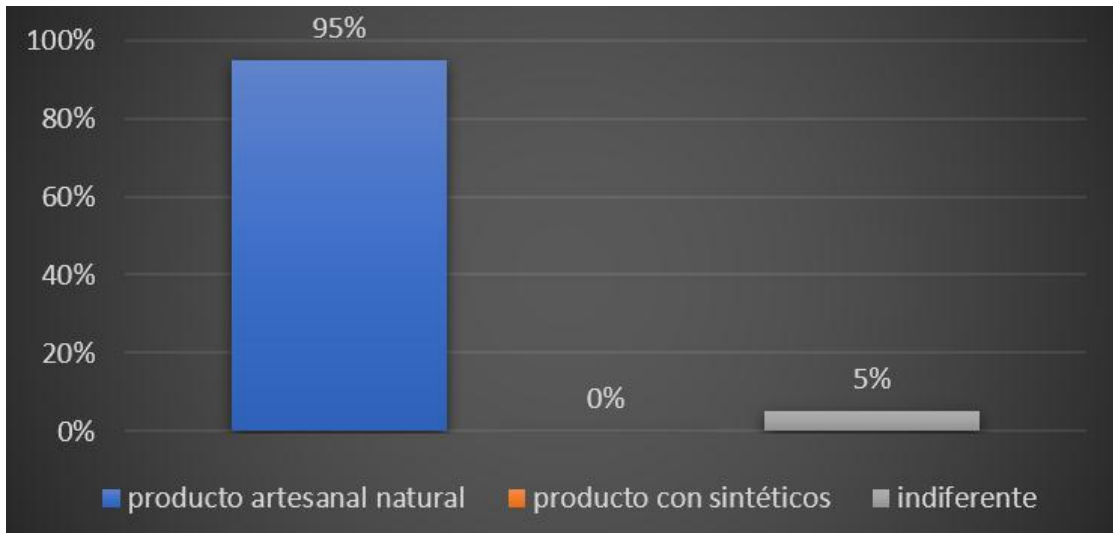


*Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022 USAC-CUSAM*

### Interpretación:

Actualmente la juventud ha mostrado serios signos de problemas en la piel, sobre todo en el rostro, provocando problemas de autoestima. La aplicación de productos naturales, puede combatir estos problemas, mejorando el tratamiento de la piel gracias a la materia prima que le da el origen a los productos, dándole suavidad y contando con una piel más saludable sin químicos que la dañan y empeoran los problemas, protegiéndola del sol, los sujetos encuestados en su mayor corresponden al 35% coinciden en que los productos deben cuidar los problemas hormonales como lo es el acné que y un 10% de los sujetos prefiere el problema de la piel sensible entre otros.

GRAFICA 2 Producto artesanal



*Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022 USAC-CUSAM*

**Interpretación:**

El 95% de los sujetos encuestados prefiere adquirir un producto artesanal natural para el cuidado de su piel, el resto de los sujetos siendo el 5% responden indiferente, es de suma importancia adquirir productos artesanales naturales que aporten beneficios, debido a que son elaborados bajo altos estándares de calidad y naturales, conteniendo verdaderamente lo que menciona la etiqueta.

GRAFICA 3 La importante de un producto artesanal

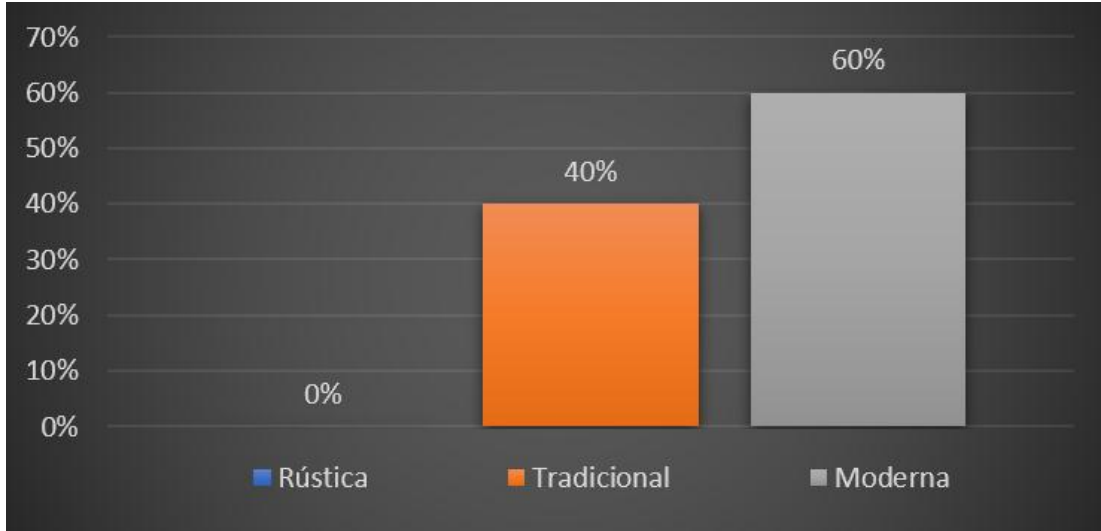


*Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022 USAC-CUSAM*

### Interpretación:

La importancia de un producto artesanal para el uso diario requiere de varios aspectos de los cuales no debe de contener conservantes sintéticos, no componentes químicos, además contribuyen al medio ambiente no produciendo residuos químicos, para lo cual los sujetos encuestados en un 50% lo más importante es que sea bueno para la piel, aportando beneficios, el 40% que tenga propiedades terapéuticas, porque aumenta la transpiración natural de la piel y ayuda a prevenir enfermedades, y el resto de los sujetos encuestados siendo el 10% respondieron que para ellos lo fundamental es que tenga un rico aroma.

GRAFICA 4 Forma

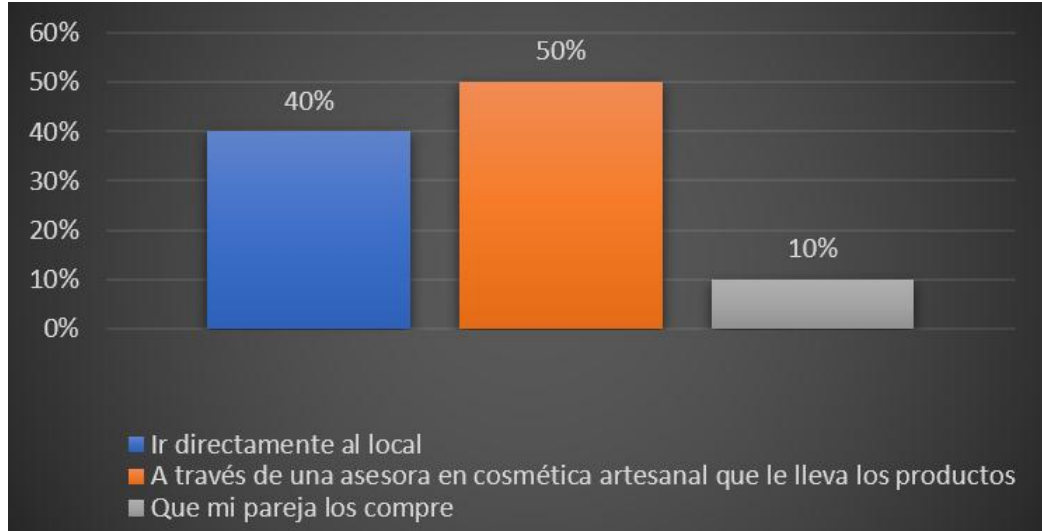


*Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022 USAC-CUSAM*

**Interpretación:**

La forma de un producto artesanal el 60% de los encuestados prefiere que sea moderna, pues al momento de adquirir los productos influye significativamente las características del producto debiendo ser llamativo para las nuevas generaciones.

GRAFICA 5 Compra de productos



*Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022 USAC-CUSAM*

### **Interpretación:**

Las jóvenes que consumen los productos en esta era prefieren informarse sobre el producto que van a utilizar, ya que por la alta demanda de cosméticos se han creado diferentes tipos de productos, algunos con materiales dañinos para la piel por lo que el 50% prefiere adquirir cosméticos por medio de una asesora, quien les puede explicar sobre los materiales que fueron utilizados para su creación y los beneficios que tienen para su piel, y el 40% prefiere ir directamente al local a comprar los productos.



**Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022 USAC-CUSAM**

### **Interpretación:**

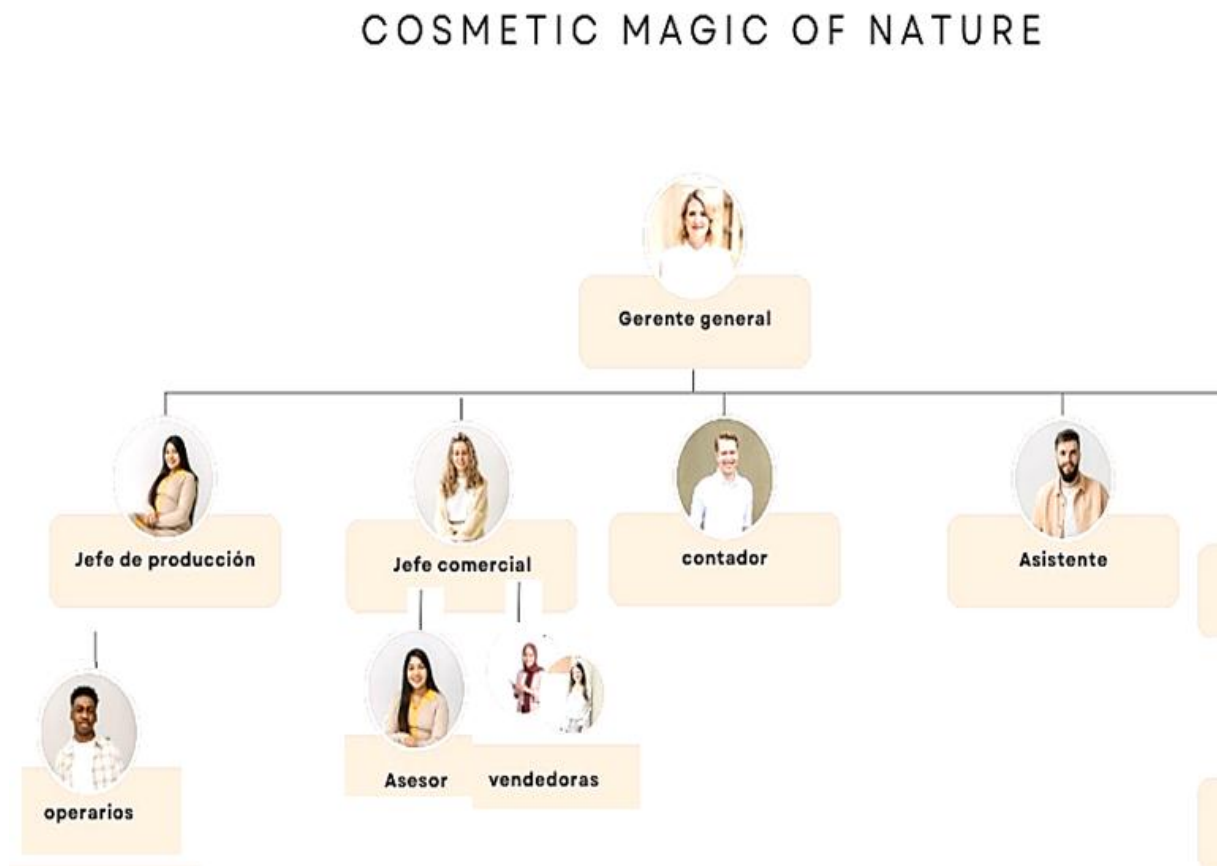
Para que la empresa tenga ganancias debe de realizar descuentos, promociones, y variedad de actividades para que las clientas puedan seguir adquiriendo el producto, en esta pregunta se hace mención sobre qué le gustaría observar y/o recibir en la visita, el 25% de los sujetos encuestados menciona que prefieren recibir información sobre promociones, con la finalidad que dan a conocer e informar el consumo del producto, el 20% le gustaría recibir productos nuevos, se refiere a las modificaciones de los productos, las nuevas campañas y mejores beneficios que puedan aportar a la piel, el 15% de la población encuestada prefieren productos nuevos, otro 15% de encuestados desea recibir información sobre los productos, concretamente sobre las sustancias naturales o sintéticas que conllevan, un 10% prefieren saber sobre los testimonios exitosos para que se animen y puedan adquirir el producto, el otro 10% desean recibir el catálogo para observar los nuevos productos y el resto siendo el 5% el ranking de lo más vendido.

## CAPÍTULO V

### Organización administrativa y legal

La apertura de la fábrica de cosméticos, será una empresa dedicada a la producción y comercialización de cosméticos naturales, cuenta con una organización y funcionalidad de la siguiente manera:

Ilustración 2 Organigrama



Fuente: elaboración propia, USAC-CUSAM año 2022, (programa canva)

## 5.1 Descripción de puestos

Cuadro 8 Perfil de puesto de Gerente

<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>Gerente General</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>	Gerencia
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Ninguno
<b>PERSONAL A SU CARGO:</b>	Jefe de producción, jefe comercial, contador, asistente, operarias, vendedoras y asesoras.
<b>HORARIO DE TRABAJO:</b>	Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 16:00 p.m.
<b>SUELDO:</b>	Q8,000.00
<b>No. DE PERSONAS:</b>	1
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	Dirige la empresa bajo su propia responsabilidad, tomando en cuenta la estrategia y los intereses de la empresa.

### Competencias laborales:

#### a) Competencias genéricas:

Comunicación  
Responsable  
Trabajo en equipo  
Iniciativa  
Capacidad para planificar  
Líder  
Creatividad  
Pensamiento crítico  
Capacidad de negociación

#### b) Competencias específicas:

Empatía  
Manejo de crisis  
Planificación  
Gestión de conflictos  
Generación de confianza  
Inteligencia emocional  
Capacidad técnica profesional para la investigación  
Habilidades y valores de llevar una empresa  
Liderazgo

#### c) Actividades diarias:

Revisar los planes de trabajo  
Monitorear los productos  
Dirigir actividades  
Habilidades de resolución de problemas  
Motivación personal  
Conocimiento de la fábrica

#### d) Perfil del puesto:

<b>Conocimientos</b>	Administración y gerencia
<b>Nivel académico</b>	Administrador de empresas

<b>Edad</b>	26 años
<b>Experiencia</b>	2 años
<b>Características y Habilidades</b>	Actúa, construye relaciones personales con sus clientes, motiva a su equipo, toma decisiones a tiempo.
<b>Características físicas</b>	
<b>Sexo/estado civil</b>	Masculino/indistinto

**Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM**

**Cuadro 9 Perfil del jefe de Producción**

<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>Jefe de producción</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>	Gerencia
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Gerente
<b>PERSONAL A SU CARGO:</b>	Operarios
<b>HORARIO DE TRABAJO:</b>	Lunes a viernes de 9:00 a 16:00 horas.
<b>SUELDO:</b>	Q6,000.00
<b>No. DE PERSONAS:</b>	1
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	Controla y supervisa el mantenimiento de las instalaciones productivas, tomando en cuenta el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos, y velar por el desempeño de cada colaborador encargado de algún proceso productivo.

**Competencias laborales:**

Aptitudes para delegar  
Comunicación  
Aptitudes para la escucha  
Toma de decisiones  
Capacidad de análisis  
Capacidad para priorizar tareas  
Acostumbrado a sobrepasar metas y objetivos.  
Organización.

**a) Competencias genéricas:**

**b) Competencias específicas:**

Planificar y ejecutar el proyecto  
Gestionar los materiales de la fábrica  
Supervisar los equipos  
Supervisar a los colaboradores o trabajadores  
Liderazgo

**c) Actividades diarias:**

Control de almacén  
Control de obra  
Control de producción  
Coordinar los equipos de trabajo  
Supervisar la ejecución y evaluación de los procesos.  
Actividad productiva

**d) Perfil del puesto:**

<b>Conocimientos</b>	usos y mantenimiento de maquinaria
<b>Nivel académico</b>	Pensum cerrado de Ing. Química o Industrial
<b>Edad</b>	26 años
<b>Experiencia</b>	2 años
<b>Características y Habilidades</b>	Atención a los detalles, organización, liderazgo.

**Características físicas****Sexo/estado civil** Masculino/indistinto**Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM****Cuadro 10 puesto jefe comercial**

**TÍTULO DEL PUESTO:** Jefe comercial  
**DEPARTAMENTO:** Gerencia  
**JEFE INMEDIATO:** Gerente  
**PERSONAL A SU CARGO:** Asesoras y Vendedoras  
**HORARIO DE TRABAJO:** Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 16:00 p.m.  
**SUELDO:** Q5,000.00  
**No. DE PERSONAS:** 1  
**DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:** Encargado de analizar e investigar mercados, teniendo nuevas ideas.

**Competencias laborales:****a) Competencias genéricas:**

Creatividad  
 Capacidad de planificar  
 Capacidad de negociación  
 Motivar al equipo de trabajo  
 Relaciones interpersonales.  
 Trabajo en equipo.  
 Coordinar las operaciones  
 Diseñar e implementar estrategias  
 Estar pendiente de los nuevos productos

**b) Competencias específicas:**

Analizar mercados  
 Generar estrategias  
 Plan de marketing  
 Definir estrategia comunicacional  
 Coordinar el departamento comercial

**c) Actividades diarias:**

Habilidad de analizar información  
 Inteligencia de negocios  
 Decisiones efectivas  
 Seguir instrucciones del Gerente  
 Supervisar la ejecución y evaluación de los procesos.  
 Organizar

**b) Perfil del puesto:**

**Conocimientos** Marketing  
**Nivel académico** Pensum cerrado de Marketing  
**Edad** 26 años  
**Experiencia** 2 años  
**Características y Habilidades** Relaciones personales, saber relacionarse con los clientes, ejercer liderazgo.

**Características físicas****Sexo/estado civil** Masculino/indistinto**Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM**

**Cuadro 11 Puesto de contador**

<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>Contador</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>	Financiero
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Gerente
<b>PERSONAL A SU CARGO:</b>	Ninguno
<b>HORARIO DE TRABAJO:</b>	Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 16:00 p.m.
<b>SUELDO:</b>	Q3,100.00
<b>No. DE PERSONAS:</b>	1
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	Persona encargada del manejo de documentos financieros de la empresa, llevar a cabo el registro y el control de los activos de la empresa y de insumos.

**Competencias laborales:**

Resolución de problemas.  
Capacidad de análisis  
Comunicación  
Conocimientos sobre contabilidades  
Organización  
Trabajo en equipo.  
Atención a los detalles  
Crear informes  
Organización.

**a) Competencias genéricas:**

**b) Competencias específicas:**

Saber interpretar  
Elaborar los balances contables  
Hacer auditorias financieras  
Brindar asesoramiento para hacer controles de contabilidad  
Elaborar informes

**c) Actividades diarias:**

Cumplir con los requerimientos de la ley  
Digitalizar la información  
Mantener libros contables actualizados  
Llevar a cabo procedimientos de información financiera  
Ordenar las operaciones de la fábrica  
Reportes financieros

**c) Perfil del puesto:**

<b>Conocimientos</b>	Hojas de excel y habilidad numérica
<b>Nivel académico</b>	Perito contador
<b>Edad</b>	26 años
<b>Experiencia</b>	2 años
<b>Características y Habilidades</b>	Conocimientos numéricos, intereses por la realidad social y económica, capacidad de razonamiento, habilidad para la toma de decisiones.

***Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM***

**Cuadro 12 Puesto de asistente**

<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>Asistente</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>	Administrativo
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Gerente
<b>PERSONAL A SU CARGO:</b>	Ninguno
<b>HORARIO DE TRABAJO:</b>	Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 16:00 p.m.
<b>SUELDO:</b>	Q3,500.00
<b>No. DE PERSONAS:</b>	1
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	Tiene a su cargo la asesoría y la ayuda a los clientes en la búsqueda de un producto ideal de belleza.

**Competencias laborales:**

**a) Competencias genéricas:**

Capacidad de trabajar en equipo  
Compromiso ético  
Habilidad en las relaciones interpersonales  
Organización  
Planificación  
Capacidad de análisis  
Adaptación a nuevas situaciones  
Creatividad  
Liderazgo

**b) Competencias específicas:**

Compromiso con la calidad  
Responsabilidad social  
Respeto  
Capacidad crítica  
Capacidad de comunicación oral y escrita

**c) Actividades diarias:**

Capacidad para organizar  
Atender llamadas telefónicas  
Programando citas  
Apoyar en el área de atención al cliente  
Gestionar actividades  
Proporciona información de los productos

**d) Perfil del puesto:**

<b>Conocimientos</b>	Redacción de notas, manejar el paquete de microsoft
<b>Nivel académico</b>	Graduada de secretaria
<b>Edad</b>	26 años
<b>Experiencia</b>	2 años
<b>Características y Habilidades</b>	Responsable del área, programa, organizado.
<b>Características físicas</b>	
<b>Sexo/estado civil</b>	Femenino/indistinto

**Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM**

*Cuadro 13 Puesto de operarias*

<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>Operarias</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>	Administración
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Jefe de producción
<b>PERSONAL A SU CARGO:</b>	Ninguno
<b>HORARIO DE TRABAJO:</b>	Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 16:00 p.m.
<b>SUELDO:</b>	Q3,100.00
<b>No. DE PERSONAS:</b>	2
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	Tienen a su cargo las máquinas para la fábrica de productos cosméticos, mediante la instalación de herramientas, la limpieza y el mantenimiento.

**Competencias laborales:**

**a) Competencias genéricas:**

Vigilancia y comprobación del estado de maquinaria  
Planificación.  
Responsable.  
Mantener un funcionamiento óptimo  
Gestión logística administrativa  
Multitarea  
Acostumbrado a sobrepasar metas y objetivos.  
Organización  
Control en el proceso

**b) Competencias específicas:**

Coordinación para los controles de proceso  
Fabricación de productos cosméticos naturales  
Agilidad mental  
Capacidad de trabajo en equipo  
Buen relacionamiento interpersonal

**c) Actividades diarias:**

Fabricar y ofrecer productos de calidad  
Mantener el crecimiento de ventas  
Abastecer el mercado  
Lograr una ventaja competitiva en base a nuestro personal

**c) Perfil del puesto:**

<b>Conocimientos</b>	Utilización de maquinaria
<b>Nivel académico</b>	Bachillerato
<b>Edad</b>	26 años
<b>Experiencia</b>	2 años
<b>Características y Habilidades</b>	Responsable, proactivo, colaborador, puntualidad, comprometido en el trabajo.
<b>Características físicas</b>	
<b>Sexo/estado civil</b>	Femenino y/o masculino/indistinto

**Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM**

*Cuadro 14 Puesto de vendedoras*

<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>Vendedoras</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>	Ventas
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Jefe producción
<b>PERSONAL A SU CARGO:</b>	Ninguno
<b>HORARIO DE TRABAJO:</b>	Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 16:00 p.m.
<b>SUELDO:</b>	Q3,100.00
<b>No. DE PERSONAS:</b>	2
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	Encargadas de vender el producto y de relacionarse sanamente con las clientas, brindando información del mismo.

**Competencias laborales:**

**a) Competencias genéricas:**

Análisis de competencia  
Capacidad de influencia  
Aptitud para el aprendizaje  
Amabilidad  
Negociación  
Venta de soluciones  
Planificación  
Conocimiento de servicio al cliente.  
Responsabilidad

**b) Competencias específicas:**

Comunicación y escucha efectiva  
Confianza  
Planificación y productividad  
Disciplina  
Actitud positiva

**c) Actividades diarias:**

Asesoramiento y venta de productos cosméticos  
Atención técnica a las personas que llegan al local  
Trabajo en el local comercial  
Experiencia en ventas  
Buena dicción  
Habilidades comerciales  
Competencia técnica de conocimiento del producto

**c) Perfil del puesto:**

<b>Conocimientos</b>	En ventas
<b>Nivel académico</b>	Estudiante, Bachiller o carrera a fin de ventas
<b>Edad</b>	26 años
<b>Experiencia</b>	2 años
<b>Características y Habilidades</b>	Actitud positiva, capacidad de escucha, honradez en la gestión de las ventas, seguridad en el producto
<b>Características físicas</b>	
<b>Sexo/estado civil</b>	Femenino/indistinto

**Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM**

**Cuadro 15 Puesto de Asesoras**

<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>Asesoras</b>
<b>DEPARTAMENTO:</b>	Administración
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Gerente
<b>PERSONAL A SU CARGO:</b>	Ninguno
<b>HORARIO DE TRABAJO:</b>	Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 16:00 p.m.
<b>SUELDO:</b>	Q3,100.00
<b>No. DE PERSONAS:</b>	2
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	Encargadas de demostrar las técnicas de maquillaje, como también sugerir productos que convengan las necesidades de los clientes e informar cada detalle del producto, el precio, los ingredientes y la aplicación.

**Competencias laborales:**

**a) Competencias genéricas:**

Conocimientos básicos en procesos administrativos  
Planificación.  
Responsable.  
Amabilidad  
Relaciones interpersonales.  
Trabajo en equipo.  
Acostumbrado a sobrepasar metas y objetivos.  
Conocimiento de servicio al cliente.  
Organización.

**b) Competencias específicas:**

Desarrolla e implementa en su imagen externa  
Demostrar el uso adecuado de los productos y el cuidado de la piel  
Vender productos de belleza  
Ofrecer servicios personalizados  
Ayudar a elegir los productos correctos

**d) Actividades diarias:**

Identificar las necesidades del cliente  
Garantizar la presentación adecuada de los productos  
Explicar a los clientes cómo usar los productos que les interesa comprar  
Informar a los clientes sobre los precios de los productos  
Seguimiento de datos.  
Encargado de cerciorarse del correcto funcionamiento de los productos

**c) Perfil del puesto:**

<b>Conocimientos</b>	Cosmeticos
<b>Nivel académico</b>	Estilista y cosmetología
<b>Edad</b>	26 años
<b>Experiencia</b>	2 años
<b>Características y Habilidades</b>	Ser paciente, detallista, observadora, accesible y cercana
<b>Características físicas</b>	
<b>Sexo/estado civil</b>	Femenino/indistinto

**Fuente: elaboración propia año 2022 USAC-CUSAM**

Tabla 3 Sueldos

No.	PUESTO A DESEMPEÑAR	SUELDO INDIVIDUAL	COMISIONES POR VENTA	SUELDO MENSUAL
1	Gerente General	Q. 8,000.00		Q. 8,000.00
1	Jefe de Producción	Q. 6,000.00		Q. 6,000.00
1	Jefe comercial	Q. 5,000.00		Q. 5,000.00
1	Contador	Q. 3,100.00		Q. 3,100.00
1	Asistente	Q3,500.00		Q. 3,500.00
2	Operarias	Q. 3,100.00		Q. 6,200.00
2	Vendedoras	Q. 3,100.00	Q2,000.00	Q. 10,200.00
2	Asesoras	Q. 3,100.00	Q2,000.00	Q. 10,200.00
		<b>TOTAL</b>		<b>Q52,200.00</b>

Fuente: Los siguientes sueldos fueron asignados conforme Ministerio de Trabajo

## 5.2 Organización legal

Tabla 4 Organización legal

No.	DESCRIPCIÓN	COSTO
1	Inscripción ante la SAT	Q. 1,800.00
2	Registro de la marca	Q. 4,500.00
3	Inscripción ante el Registro Mercantil	Q. 2,600.00
4	Inscripción al IGSS	Q. 3300.00
5	Registro sanitario	Q. 2,800.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q 15,000.00</b>

Fuente: Datos proporcionados por Servicios contables L.A Fuentes & Asociados.

## 5.2.1 Procedimiento de Inscripción de Sociedades Mercantiles, Régimen Normal en el Registro Mercantil

### INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES MERCANTILES

**PASO 1.** Llenar en la página del Registro Mercantil ([www.registromercantil.gob.gt](http://www.registromercantil.gob.gt)) el formulario de solicitud de inscripción de sociedades mercantiles ante la superintendencia de administración tributaria y el registro mercantil –SATRM-02. Exportarla a PDF, presionando el botón “exportar a PDF”, PDF”, descargarlo e imprimir dos solicitudes y firmar cada una en original.

**PASO 2.** Pagar en la Agencia de Banrural del Registro Mercantil, cualquiera de sus agencias o bien en línea, mediante cuenta de dicho banco:

Si el capital autorizado de la sociedad no excede de Q 499,000.00:

Q 30.00 Emisión de Edicto

Q 100.00 Publicación del Edicto

Q 0.20 por hoja de cada libro, si se solicita autorización de libros

Si el capital autorizado de la sociedad es de Q 500,000.00 o más:

8.5 por millar sobre el monto del capital autorizado

Q 150.00 por la inscripción del primer auxiliar de comercio

Q 10.00 por inscripción de primera empresa

Q 30.00 de edicto

Q 200.00 por la publicación

Q 0.20 por hoja de cada libro, si se solicita autorización de libros

**PASO 3.** Presentar en la Ventanilla de Sociedades del Registro Mercantil o alguna de sus delegaciones departamentales, en un folder tamaño oficio con pestaña los siguientes documentos:

- 2 originales de la solicitud SATRM-02, en la que se haya consignado toda la información requerida en ella, firmadas en original por el solicitante de la inscripción, que debe contar con Agencia Virtual y datos biométricos (impresión dactilar) registrados (requisito establecido por la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- para inscripción de sociedades en el Registro Tributario Unificado).
- Boletas de pago: Si el capital autorizado de la sociedad es de Q 499,000.00 o menos, Recibos de pago de los honorarios establecidos en el Arancel del Registro Mercantil por inscripción de la sociedad, edicto y publicación del edicto. Si se solicita la autorización de libros, adjuntar el comprobante de pago
- Si el capital de la sociedad es de Q 500,000.00 o más, recibos de pago del 8.5 por millar de ese capital por la inscripción del nombramiento del Administrador Único o Presidente del Consejo de Administración nombrado, inscripción de la primera empresa, edicto, publicación del edicto y autorización de los libros.
- Testimonio original de la escritura pública de constitución de sociedad y una copia
- Acta original del nombramiento del Administrador Único o presidente del Consejo de Administración nombrado en la escritura constitutiva de la sociedad y una copia (es obligatoria la inscripción de los administradores) o
- Original y fotocopia simple del documento de identificación del solicitante de la inscripción I (DPI o pasaporte) o Copia del Boleto de Ornato del solicitante de la inscripción.
- Factura por los servicios de agua, luz o teléfono. (vigencia 3 meses) Requisito establecido por la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- para inscripción de sociedades en el Registro Tributario Unificado.

Si la solicitud de inscripción es aprobada por el Registrador Mercantil y Sat, y la sociedad se inscribe, se emite el edicto y se manda a publicar una sola vez en la Sección Electrónica e-Edictos del Boletín Electrónico del Registro Mercantil (página [www.registromercantil.gob.gt](http://www.registromercantil.gob.gt)); También se inscribe el nombramiento del Presidente del Consejo de Administración o del Administrador Único nombrado, emiten las

razones de inscripción del testimonio de la escritura y el acta de nombramiento del Administrador Único o Presidente del Consejo de Administración según el caso

**PASO 4.** Recoger en la ventanilla del Departamento de Sociedades, los originales del o los testimonios en que se basó la inscripción, el acta de nombramiento del Presidente del Consejo de Administración o el Administrador Único y los stickers de autorización de libros que se haya solicitado.

Las patentes de sociedad y empresa, así como las razones de inscripción del testimonio y del acta de nombramiento puede descargarlas el interesado en la página [www.registromercantil.gob.gt](http://www.registromercantil.gob.gt), opciones e-patentes y e-razones e imprimirlas. luego y adherir Q 200.00 de timbres fiscales en la patente de comercio de sociedad, Q 50.00 en la patente de comercio de empresa y un timbre fiscal de Q 0.50 a la razón de inscripción del nombramiento.

**IMPORTANTE:** Si se hubieren aportado bienes inmuebles o muebles identificables (incluyendo empresas mercantiles), deberá presentarse ante el Registro Mercantil, memorial adjuntando la documentación que demuestre el efectivo traspaso de dominio de los bienes en un término de 3 meses, los cuales podrán prorrogarse por 3 meses más a petición del interesado. De no presentarse esa acreditación, de conformidad con lo establecido por el artículo 341 del Código de Comercio, la inscripción de la sociedad será cancelada por el Registrador Mercantil, sin responsabilidad alguna de su parte. (Registro mercantil, 2019)

### **5.2.2 Procedimiento de Inscripción de Empresa Mercantil, Régimen General en la Superintendencia de Administración Tributaria SAT**

#### **Requisitos para inscribir empresa**

- Este trámite debe ser realizado por el representante legal de la empresa

- Poseer Número de Identificación Tributaria (NIT)
- Tener como mínimo un negocio y que esté afiliado a impuestos
- Que su Patente de Comercio especifique qué se dedica a importar
- Contrato de adhesión a BancaSAT en un banco del sistema

### **Documentos para inscribir una empresa**

- Es necesario presentar estos documentos que a continuación se desglosan:
- Documento Personal de Identificación (DPI) del representante legal.
- Cuando no cuente con su DPI, adjuntar documento emitido por RENAP, en el que conste el proceso de obtención del documento, siempre y cuando se muestre el Código Único de Identificación (CUI), con o sin fotografía.
- En los casos que aplique cédula de vecindad de conformidad con la ley.
- Testimonio de la escritura de constitución o copia legalizada y fotocopia.
- Nombramiento del representante legal o copia legalizada y fotocopia.
- Pasaporte del Representante legal en caso de ser extranjero.
- Número o fotocopia simple de la declaración aduanera.

### **Pasos para inscribir una empresa en el SAT**

- El banco le entregará una contraseña o pin para que pueda ingresar a BancaSAT en Internet.
- Con el acceso a BancaSAT en la página de su banco encontrará el Formulario SAT-101, el cual deberá transmitir con la información que éste requiere. Antes de transmitir la información verifique que el domicilio fiscal registrado en su Número de Identificación Tributaria – NIT- sea el mismo que tiene en la actualidad. De lo contrario, debe actualizar sus datos, para esto debe presentarse con los requisitos de actualización en cualquier Agencia u Oficina Tributaria.
- Transmitido el Formulario SAT-101, puede ocurrir lo siguiente:
- Que el sistema la asigne inmediatamente, estatus de “Importador Inscrito”, o

- Que el sistema le asigne estatus de “Domicilio en Proceso de Confirmación”, para lo cual deberá esperar a que el personal de una empresa de mensajería, se presente a verificar su domicilio fiscal (lo cual podrá ocurrir en un período de cinco días hábiles). Al mismo tiempo, le hará entrega de una tele fonograma que contiene una firma electrónica (contraseña), para lo cual deberá ingresar nuevamente a BancaSAT en la página de su banco, buscar el Formulario SAT-901 y transmitirlo con la contraseña que se le entregue. De esta manera quedará inscrito.

### **5.2.3 Inscripción de empresas en el IGSS**

#### **Requisitos persona individual:**

Una persona como Patrono y/o Contrato de Negocios en participación:

- ✓ Fotocopia de DPI.
- ✓ Si es extranjero, fotocopia de pasaporte.
- ✓ Fotocopia de la constancia del Número de Identificación Tributaria – NIT

Más de una persona como Patrono y/o Contrato de Negocios en participación:

- ✓ Fotocopia de DPI del Gestor.
- ✓ Si es extranjero, fotocopia del pasaporte.
- ✓ Fotocopia de Patente de Comercio (si es empresa)
- ✓ Fotocopia de DPI de Copropietarios.
- ✓ Si son extranjeros, fotocopia de pasaporte.
- ✓ Fotocopia de la constancia del Número de Identificación Tributaria – NIT.  
(Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, 2015)

### **5.2.4 Registro de marca**

Debe tomarse en cuenta la importancia de cumplir con los requisitos indispensables y obligatorios para el registro de la marca que identificará a la fábrica

de productos cosméticos, para cumplir con todos los procesos que a continuación se detallarán para garantizar la eficiencia y reducir la demora en la protección de los derechos de la marca COSMETIC MAGIC OF NATURE y sobre todo el respaldo legal de la misma.

Seguir los siguientes pasos:

### **Persona individual**

- Formulario de solicitud de registro inicial de marca (original + 3 copias)
- Documento personal de identificación -DPI- (original + copia simple)
- A-001 Modelos de marcas (7 originales)  
tres modelos adheridos en las 3 hojas del formulario y 4 modelos extras.
- A-001 Recibo de pago de ingreso de solicitud RPI (copia simple)  
Duplicado obtenido con el recibo en el paso anterior.

### **Persona jurídica**

- Formulario de solicitud de registro inicial de marca (original + 3 copias)  
Formulario lleno
- A-001 Nombramiento del representante legal inscrito en Registro Mercantil (una copia autenticada)  
Recordar al Abogado que debe adherir un timbre de fiscal de Q.0.50 por cada hoja, además de los timbres de legalización.
- A-001 Modelos de marcas (7 originales)  
tres modelos adheridos en las 3 hojas del formulario y 4 modelos extras.
- A-001 Recibo de pago de ingreso de solicitud RPI (copia simple). (Ministerio de Economía , 2021)

### **5.2.5 Registro sanitario**

- Obtener formulario para registro sanitario
- Pago de registro sanitario

- Obtención de recibo 63A
- Obtención de turno para entregar documentos
- Entrega de documentos y seguimiento telefónico para determinar fecha de entrega de muestras
- Entrega de muestras
- Retirar registro sanitario (asisehace.gt, 2021)

## CAPÍTULO VI

### PLAN DE MARKETING

#### 6.1 Clientes Objetivo

Para el estudio del plan de negocios se tomó como fundamento clientes de salones o profesionales de estética, como también mujeres jóvenes de 15 a 25 años, del municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos.

Tabla 5 Demanda encontrada en el Municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos

DESCRIPCIÓN	Población promedio actual	Proyección de incremento anual sobre el 5%	Total, proyectado primer año
Salones o profesionales de estética	60	5% (3 salones o profesionales)	3
Mujeres jóvenes de 15 a 25 años	7000	5% (350 mujeres)	350
Barberías	30	5% (2 barberías)	2
<b>TOTAL DE LA POBLACIÓN</b>	<b>7090</b>	<b>TOTAL DE LA DEMANDA</b>	<b>355</b>

*Fuente: elaboración propia de la demanda, año 2022 USAC-CUSAM*

De acuerdo a la demanda se estimó las empresas del Municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, siendo entre ellas la cantidad más grande de mujeres jóvenes de 15 a 25 años, continuando con los salones o profesionales de estéticas barberías; para un total de la población de 7,090; tomando como base el primer año el 5% anual, haciendo un total proyectado de 355 personas que harán uso de nuestros servicios como COSMETIC MAGIC OF NATURE.

**Tabla 6 Aumento por año del total de la demanda con el 5% anual**  
**Aumento por año del total de la demanda con el 5% anual**

<b>Capacidad de prestación del Servicio actual</b>	<b>Población promedio actual de clientes posibles</b>	<b>Empresas que requieren del servicio al 5% sobre el 15%</b>	<b>Productos vendidos</b>	<b>Precio de marca</b>
Año 1	2205	30 salones 15 Barberías 2160 personas	8650 unidades	<b>Q 150.00</b>
Año 2	2205+110= 2315	30 salones 15 Barberías 2160 personas	8650 unidades	<b>Q 150.00</b>
Año 3	2205+110= 2315	30 salones 15 Barberías 2160 personas	8650 unidades	<b>Q 150.00</b>
Año 4	2315+115= 2430	30 salones 15 Barberías 2160 personas	8650 unidades	<b>Q 150.00</b>
Año 5	2430+121= 2551	30 salones 15 Barberías 2160 personas	8650 unidades	<b>Q 150.00</b>

*Fuente: elaboración propia de la demanda, año 2022 USAC-CUSAM*

En esta parte se estima el total proyectado para cinco años, tomando en cuenta que el primer año es de 2205 clientes, sumando entonces la cantidad de organizaciones estimadas por el 5% de la población sobre el 15% de los tres apartados de las empresas, siendo este de 53 clientes nuevos, con un total proyectado a cinco años de 567.

**Ventajas competitivas**

- Innovación en los productos
- Equipo profesional calificado

- Ubicación estrategia de la fábrica para ser contactada, fácil acceso e identificación
- Precios accesibles
- Mejoramiento constante en los productos
- Asesoría personalizada
- Orientación al sexo femenino como cliente principal

Nuestro mercado actual va dirigido a la mayoría de salones o profesionales de estética, barberías y mujeres jóvenes del municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, con el objetivo de brindar productos cosméticos de origen natural, garantizando el aumento de los clientes con la publicidad que se estará dando a través de los medios de comunicación.

Servicios a prestar

COSMETIC MAGIC OF NATURE, pretende brindar los siguientes servicios:

- Producto fabricado para la mujer que desea conservar sus productos de belleza en orden.
- Asesoría en todos los aspectos de productos cosméticos naturales.
- Incluir nuevas líneas de productos.
- El servicio de calidad humana al cliente.
- Contamos con la información correcta y precisa de los productos que ofrecemos para poder ayudarlos con las necesidades que se adapten.

## **6.2 Estrategia de precios**

### **6.2.1 Determinación del precio en base a los costos**

Para determinar el precio ideal de un nuevo producto o servicio, no basta con solo tener una perspectiva. La fijación de precios tiene lugar en un marco de tensión

en el que deben tenerse en cuenta numerosos factores, los cuales se dividen en las siguientes categorías:

Costos: ¿cuánto le cuesta a una empresa fabricar los bienes y materiales necesarios para un determinado producto?

Clientes: ¿cuánto están dispuestos a pagar los clientes por el producto o servicio? ¿Cuánto pueden pagar?

Competencia: ¿cómo son los precios de la competencia en el mercado?

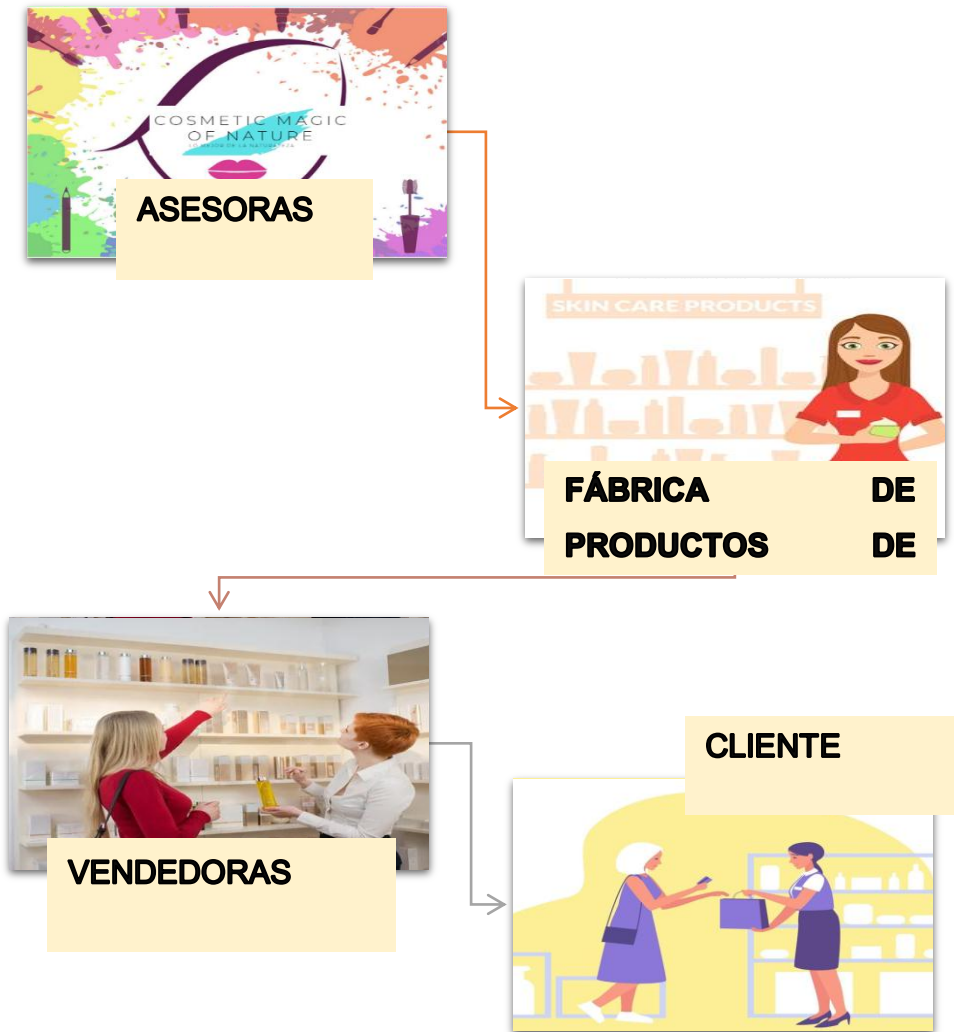
Rubro	PRODUCTO					Precio promedio de mercado según competencia	El cliente esta dispuesto a pagar
	1	2	3	4	5		
Materia prima	Q 8.80	Q 8.80	Q 8.80	Q 8.80	Q 8.80		Q 150.00 Q 150.00
Mano de obra	Q 5.00	Q 5.00	Q 5.00	Q 5.00	Q 5.00		Q 150.00 Q 150.00
Costo de empackado	Q 25.00	Q 25.00	Q 25.00	Q 25.00	Q 25.00		Q 150.00 Q 150.00
Costo de traslado	Q 2.00	Q 2.00	Q 2.00	Q 2.00	Q 2.00		Q 150.00
total	Q 40.80	Q 40.80	Q 40.80	Q 40.80	Q 40.80		
precios de la competencia	Q 160.00	Q 175.00	Q 180.00	Q 189.00	Q 175.00	Q 175.80	<b>Q 150.00</b>

**Fuente :** Estudio de mercado pregunta directa a los clientes y precios de catalogos de venta en el mercado y ventas de cosmeticos de la ciudad.

### 6.3 Distribución

Se tomaron varios canales de distribución, para lo cual se cuenta con los más frecuentes, que se representan a continuación:

Ilustración 3 Distribución



*Fuente: elaboración propia canva*

Para nuestro canal de distribución la fábrica de productos cosméticos naturales se realizara por medio de vendedoras que darán a conocer los productos, debido a que son la conexión de la empresa con los clientes, seguidamente se encuentran las asesoras que son encargadas de dar información sobre los productos, las ventajas que proporcionan, las promociones, descuentos especiales, llevando a cabo una buena organización en la explicación de los productos que

desean adquirir, llegando al cliente que tendrá los productos por el que pagará para cumplir con las necesidades de makeUp.

Para que las personas tengan conocimiento de que la fábrica de productos cosméticos existe, será necesario el uso de la tecnología, en virtud que esta al alcance de las personas, eso es fundamental para la empresa ya que se brindará información sobre los productos y servicios que se ofrecen.

La fábrica pretende tener variedad de productos, de los cuales pueden ser pagados de diferente manera y ser accesibles, garantizando la información del uso, y solventar las dudas que los clientes tengan con el producto.

#### **6.4 Página Web**

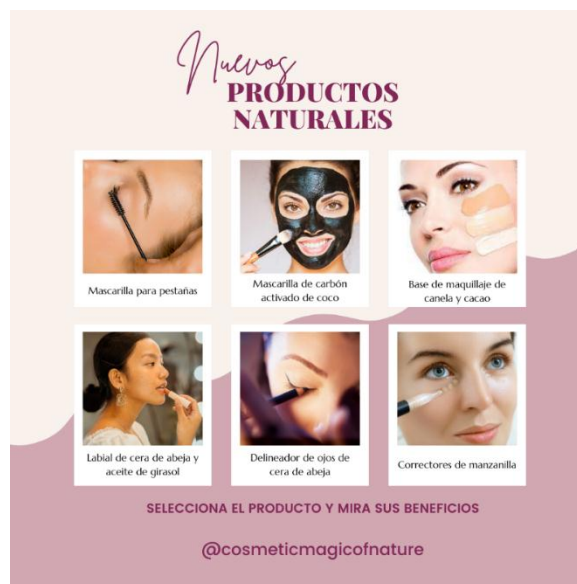
Es un espacio que proporciona datos e información sobre algún tema en particular, de la cual se puede acceder desde el internet, debe contener una estructura para que sea más accesible para el usuario. Para la página web que se creará en la apertura de la fábrica, pretende conocerse como: [cosmeticmagicofnature.com](http://cosmeticmagicofnature.com)

Ilustración 4 Página Web



Fuente: elaboración propia año 2,022 USAC-CUSAM (programa canva)

Ilustración 5



*Fuente: elaboración propia año 2,022 USAC-CUSAM (programa canva)*



*Fuente: elaboración propia año 2,022 USAC-CUSAM (programa canva)*

## **6.5 Política de servicio**

### **6.5.1 Alcance de la política**

Estas políticas de la fábrica de productos cosméticos naturales, están sujetas a beneficios del producto y compromisos que se detallan a continuación:

### **6.5.2 Beneficios y compromisos**

- Brindar atención al cliente, para que se establezca una confianza de la cual se puedan resolver todas las dudas y curiosidades sobre el producto.

- Los cosméticos naturales aportan varios beneficios, tanto para la salud como para la naturaleza, no se experimenta con animales y sobre todo no incluye sustancias químicas en su composición, esto hace que los productos se adapten mejor a propiedades que tiene una piel sensible o de las que reaccionan de manera alérgica.
- Es parte fundamental que el producto se distinga con sellos certificados el cual debe estar en la etiqueta.
- El equipo de trabajo está comprometido de ser transparentes y honestos, siendo realistas que los ingredientes que contiene el producto son meramente naturales.
- Estamos ubicados en un lugar céntrico para que no exista ningún inconveniente, en redes sociales, en nuestra web y por medio telefónico nos puedes contactar.
- Aunque realizamos los productos de alta calidad, con productos naturales y orgánicos, queremos que los precios sean accesibles y varias personas puedan disfrutar, es por eso que los precios no serán elevados.

## **6.6 Promoción y publicidad**

Se presenta el siguiente logotipo con el que la fábrica de productos cosméticos, se dará a conocer al mercado competitivo y a los medios publicitarios.

### ❖ Logotipo de la empresa

La imagen con que será presentada la fábrica de productos cosméticos, tiene un significado único, en vista que los ingredientes son cien por ciento naturales y

orgánicos y los beneficios que aporta son fundamentales, ofreciendo mayor bienestar para la piel.

Ilustración 7 Logotipo COSMETIC MAGIC OF NATURE



*Fuentes: Elaboración propia, en Ilustrator*

La función del logotipo es poder identificar visualmente a la fábrica, en este caso significa que existe el principio naturaleza, es decir se cuenta con los productos naturales y con la belleza natural que le caracteriza a cada persona, se ofrecen cosméticos naturales para prevenir enfermedades, disminuyendo los efectos carcinogénicos y obstructores hormonales.

Para la promoción de la apertura de la fábrica de productos COSMETIC MAGIC OF NATURE, se tomará en cuenta la publicidad por medios de

comunicación, para lograr la atención de nuestros clientes y que tengan mayor información sobre la existencia de la fábrica y de nuestros productos y servicios:

**Cuadro 16 Mecanismos de promoción**

CANALES DE COMUNICACIÓN	PROMOCIÓN A UTILIZAR
Perifoneo	Con la idea de dar a conocer la fábrica, se utilizará un medio de altoparlantes, dando aviso de los productos, sus beneficios y el compromiso que tienen los colaboradores hacia los clientes.
Redes sociales	La mayoría de las personas están haciendo uso de las redes sociales, la cual se facilita poder incluir anuncios dentro de las redes de vínculos virtuales como: Facebook, WhatsApp e Instagram.
Radio	Anunciar por medio de las estaciones radiales, en este caso la que tiene mayor cobertura es la “Recuerdo estéreo y Milán” dentro del municipio de San Pedro Sacatepéquez.
Televisión	Lo correcto es publicarlo por medio de canales locales, para que las personas tengan conocimiento de los productos y servicios.

**Fuente: elaboración propia, año 2022 USAC-CUSAM**

#### ❖ Tipos de anuncios

##### **Ejemplo de anuncio en perifoneo y radio**

*Quieres ser parte del cambio en el medio ambiente, no te quedes atrás y disfruta de productos cosméticos naturales, además en el cuidado de tu piel, conseguirás mejores resultados. ¡ponte en manos de nuestros profesionales expertos en estética y belleza!*

*¡No esperes ni un minuto, comunícate con nosotros para darte información sobre los beneficios y usos de cada producto que tenemos disponible! Tenemos justo lo que buscas.*

*La apertura de nuestra fábrica de productos cosméticos, se encuentra ubicada en 7ª Avenida 3-12, Zona 2, San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, teléfonos*

77609189 y 40477564; también puedes escribir en nuestras redes sociales como [cosmeticmagicofnature.com](http://cosmeticmagicofnature.com)

Ejemplo de post en televisión

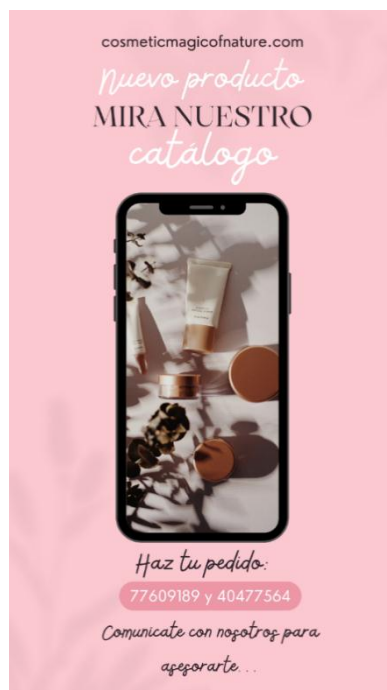
Ilustración 8 post publicitario en televisión



Fuente: elaboración propia año 2,022 USAC-CUSAM (programa canva)

## Ejemplo de post en redes sociales

Ilustración 9 post publicitario en redes sociales



**Fuente: elaboración propia año 2,022 USAC-CUSAM (programa canva)**

### Presupuesto de promoción

Los costos que a continuación se describen son fijos por lo que se han considerado anualmente y este sujeto a cambios según el precio del mercado.

Cuadro 17 Presupuesto de prom

NO.	DESCRIPCIÓN PUBLICIDAD	TIEMPO	COSTO
1	Perifoneo	1 año	Q. 4,500.00
2	Publicidad por Redes Sociales	1 año	Q ,500.00
3	Publicidad por Radio	1 año	Q 2,000.00
4	Publicidad por Televisión	1 año	Q 1,500.00
	TOTAL		<b>Q 8,700.00</b>

**Fuente: Tarifas según Promóvil, Canal 22, Radio Recuerdo Stereo, Milán.**

## CAPÍTULO VII

### PLAN DE PRODUCCIÓN

Este plan de producción, representa la organización de todo el proceso productivo para escoger los aspectos técnicos y organizativos que concierne a la apertura de la fábrica de productos cosméticos naturales juntamente con el comportamiento del aumento en el mercado y el procedimiento para adquirir dicho producto y servicio.

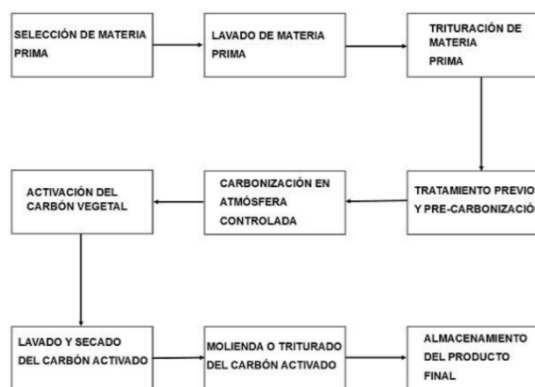
#### 7.1 Servicios

Para apertura de la fábrica de cosméticos de origen natural, brindará productos y servicios, con el objeto de buscar que la mujer encuentre mediante una asesoría personalizada el complemento apropiado para resaltar su belleza mediante la aplicación del maquillaje de acuerdo a las características individuales de cada cliente.

Entre los productos a ofrecer tenemos:

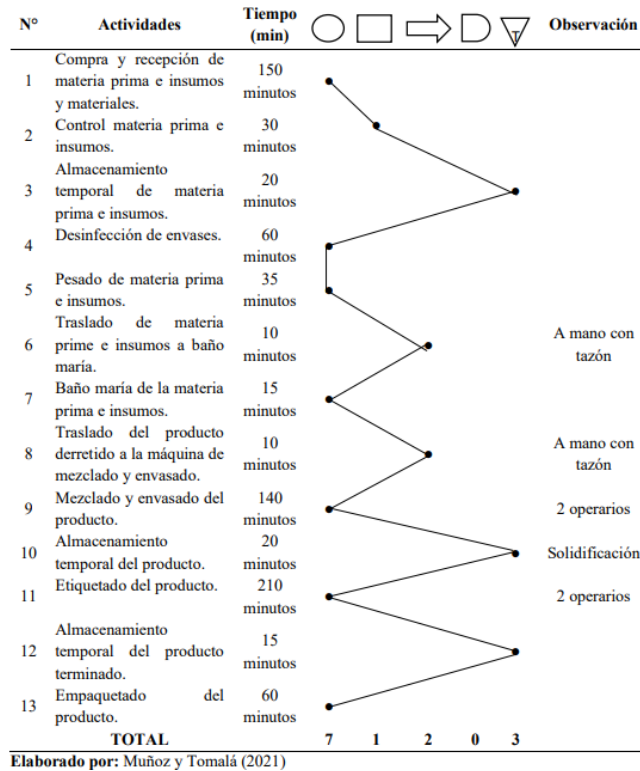
- ❖ Mascarilla de Carbón Activado de Coco: el carbón activado cierra los poros evitando que bacterias y otras sustancias se adhieran a la piel, además equilibra la grasa, es decir la exfolia para liberarla de toxinas. La mascarilla de carbón activado de coco es ideal para las personas con la piel grasa, mixta o con acné.

Ilustración 10 Proceso de producción



**Fuente:** Ing. Bulmaro Noguera, “libro productos naturales de belleza”
















- ❖ Labial de cera de abeja y aceite de girasol: nutre los labios con una mezcla de aceite de jojoba orgánico, aceite de girasol, cera de abeja y vitamina.



**Ilustración 11 Proceso de producción**

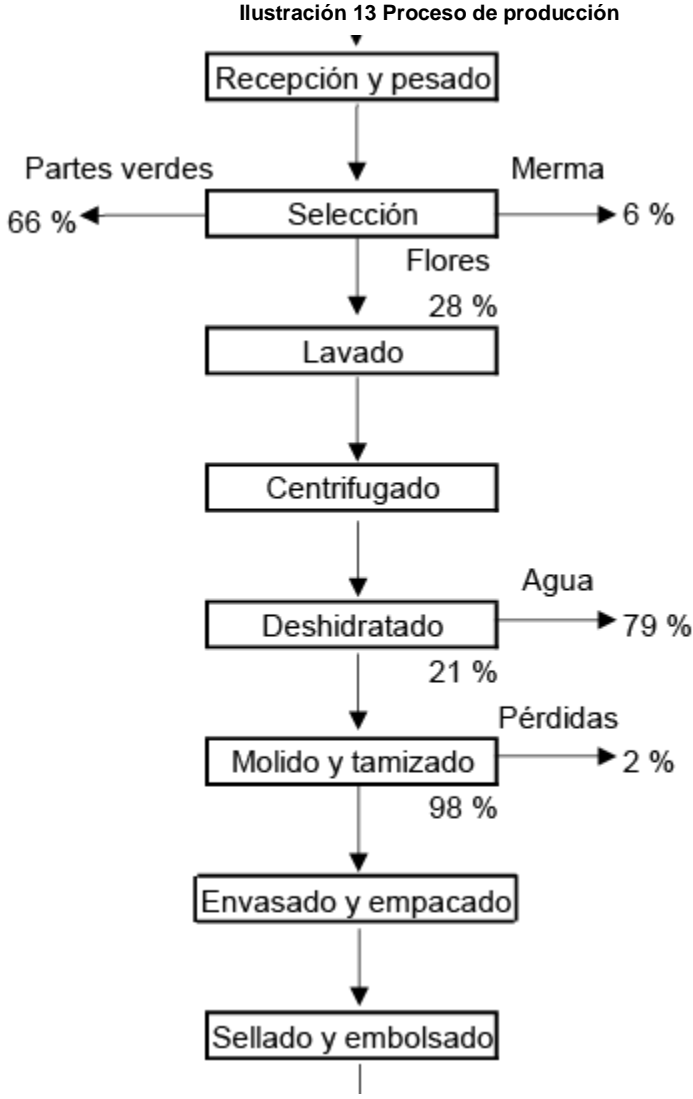
- ❖ Delineador de ojos de cera de abeja: Es un producto con materia prima emulsionante y ayudará a dar solidez al delineado. Mismo proceso de producción como el anterior.
- ❖ Base de maquillaje de canela y cacao: Ofrece resultados excelentes, tanto en el acabado como para la salud de la piel, la canela es uno de los ingredientes más efectivos para reactivar la circulación.

Ilustración 12 Proceso de producción

Descripción	Tiempo (min)	Símbolo	Observación
Recepción de los insumos y envases	1.5		
Verificación de la calidad y estado de la materia prima	3		
Distribución y clasificación de la materia prima en almacén	8		Separar envases de los insumos usados en la etapa de mezcla
Movilización de materia prima al área de producción	2		
Pesaje de materia prima a emplear por base	1.5		
Mezclado de materia prima	10		
Control de calidad de la base generada.	1.5		Revisar aspectos como color, aroma y consistencia, además, se realizará la valoración del principio activo por cromatografía líquida de alta presión (HPLC) en cada una de las tres presentaciones de las bases faciales, con el fin de determinar si las concentraciones están dentro de los rangos permitidos por la DIGEMID.
Rellenado de envases	4.5		Pesar 50 gramos de mezcla por envase
Empaquetado de envases	3.5		Sellar los empaques
Control de calidad del producto terminado	1		Revisar si los envases están correctamente sellados.
Etiquetado de productos	3		
Transporte a almacén	2		
Almacenamiento por color y tipo de base	5		Primero separar en 3 grupos (las 3 líneas de bases) y dentro de cada grupo, clasificar por color.
Preparar productos para distribución	1.5		Los que irán a tiendas, colocarlos en cajas y los que son para entrega a clientes por medio de couriers, en bolsas.
Distribución de producto terminado	2		A peluquerías o salones de belleza y directamente a clientes que solicitaron el producto de manera virtual.
<b>TOTAL</b>	<b>50 min</b>		

Fuente: Estudio de prefactibilidad para la producción y distribución de bases faciales ecoamigables”, Universidad Loyola, Quetzaltenango, Guatemala 2020.

Correctores con manzanilla: Este producto busca cubrir ojeras y desinflamar sin marcar líneas de expresión ya que sus ingredientes principales son la manzanilla.



## 7.2 Tamaño y ciclo de producción

Según la investigación del mercado establece que existe una población promedio de 32 ventas de cosméticos y barberías.

Demanda crecimiento del mercadeo sobre el 5% anual

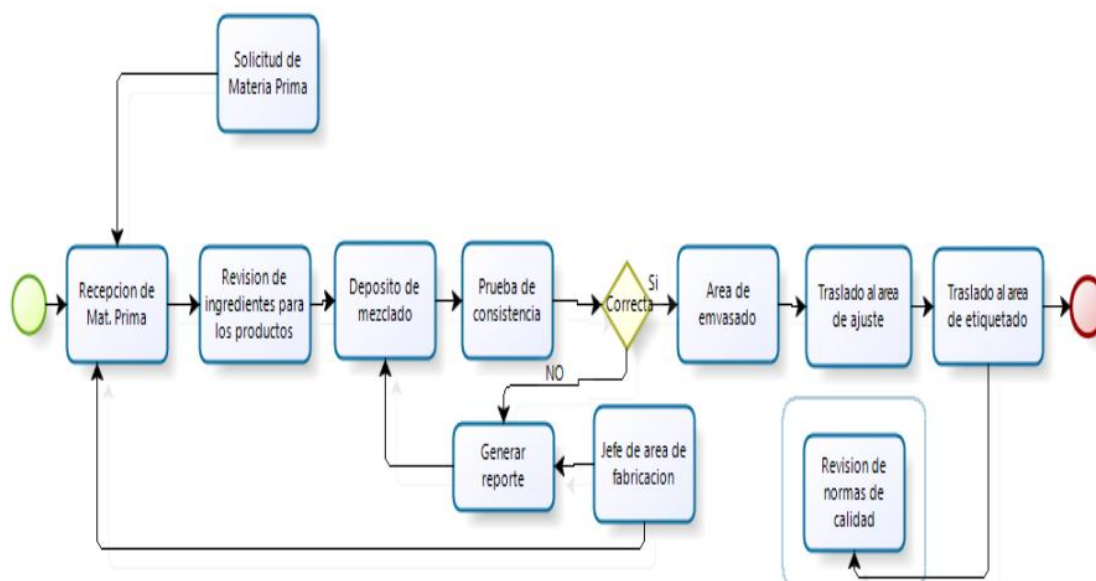
Tabla 7 Demanda a 5 años

Cientes en el año	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	año 5
Salones	30	35	40	45	50
Mujeres de 15 a 25 años	2160	2260	2365	476	2575
Barberías	15	20	25	30	35
	2205	2315	2430	2551	266

*Fuente: elaboración propia, estudio de mercado año 2022, USAC-CUSAM*

## 7.3 Ciclo o diagrama de flujo del servicio

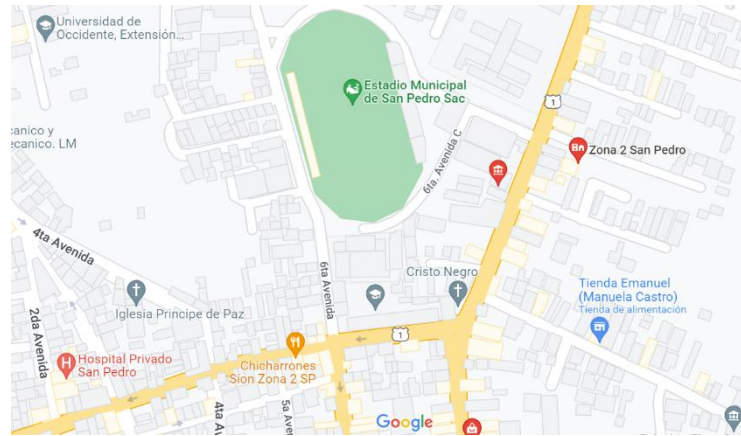
Ilustración 14 Fabricación de cosméticos



*Fuente: elaborado por Rodríguez Lino Paola, Guayaquil Ecuador, 2018*

## 7.4 Localización Geográfica

Ilustración 15 micro localización



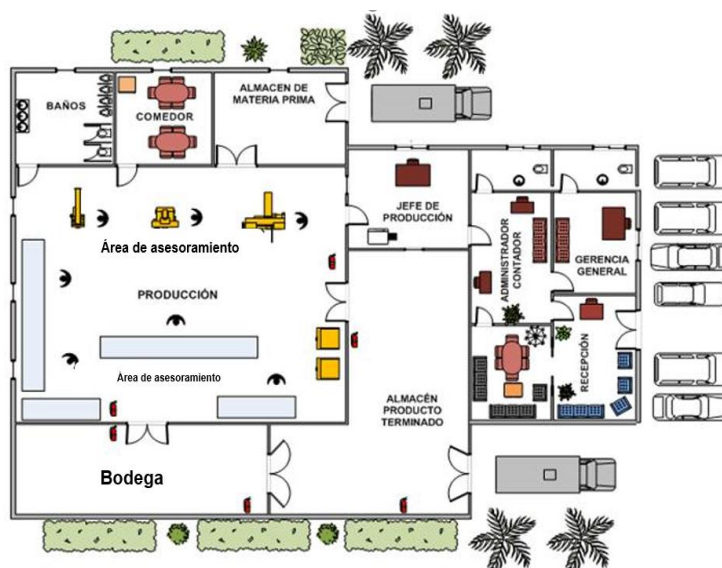
**Fuente: Google Maps/Municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos**

Se tomó como referencia del uso de Google Maps para presentar el lugar de ubicación de la apertura de la fábrica de cosméticos naturales, que se encuentra ubicado en la 7ª Avenida 3-12 Zona 2, San Pedro Sacatepéquez, Sn Marcos.

## 7.5 Distribución en planta

Dentro de los servicios se encuentra la distribución para comercios, son dos aspectos que deben estudiarse, por un lado, la ordenación global del espacio disponible, y la distribución entre productos de las áreas de exposición.

Ilustración 16 Distribución en planta

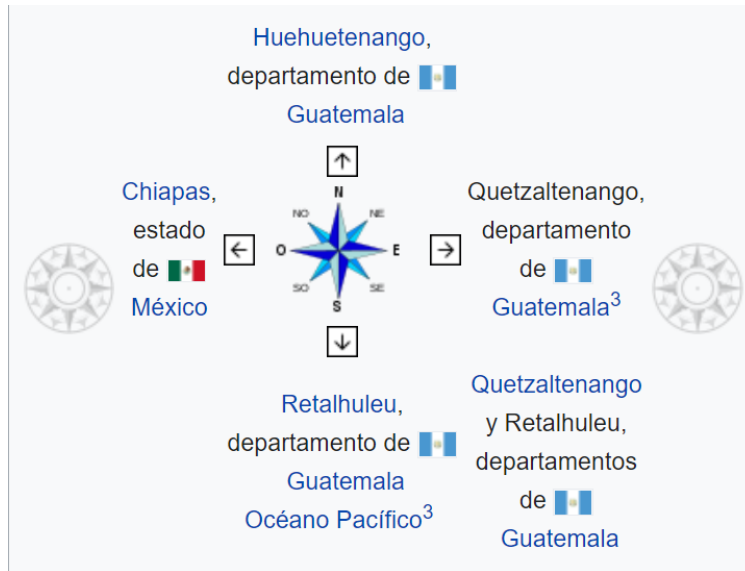


Fuente: Elaboración en SmartDraw

## 7.6 Datos geográficos de la comunidad

Se encuentra situado en la región de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos. Su extensión territorial es de 3.791 kilómetros cuadrados. Limita al norte con Huehuetenango, al sur con el océano Pacífico y Retalhuleu, al este con Quetzaltenango; y al oeste con el estado mexicano de Chiapas. La cabecera departamental se encuentra a una distancia de 252 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala. Las principales vías de acceso de San Pedro Sacatepéquez a Quetzaltenango; “Carretera asfaltada”.

**Ilustración 17 Datos geográficos**



**Fuente: Wikipedia.org año 2022.**

**Ilustración 18 Mapa de macro localización**



**Fuente: Wikipedia.org año 2022.**

## 7.6.1 Mobiliario y equipo

Tabla 8 Mobiliario y equipo

<b>Cant</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
2	Mostradores de melamina color teka ártico, con vidrio al frente de 1.60m alto * 1.60m ancho * 60cm fondo	Q. 3,000.00	Q. 6,000.00
5	Sillas para salón	Q. 2,600.00	Q. 13,000.00
3	Carritos de almacenamiento de 5 niveles, cajones carro spa Uk	Q. 449.52	Q. 1,348.56
3	Espejo para maquillaje tipo Hollywood con adaptaciones para 10 focos	Q. 8,200.00	Q. 24,600.00
2	Sofacama futon reclinable moderno bossa beleza	Q. 8,999.00	Q. 17,998.00
2	Revisteros 4 piezas, documentos por 3 piezas	Q. 509.50	Q. 1,019.00
3	Camillas portátiles para aplicación de mascarillas Largo x Ancho x Altura: 213 cm x 81 cm x 85 cm	Q. 7,696.25	Q. 23,088.75
3	Gabinete universal anaquel metálico	Q. 5,316.00	Q. 16,128.00
3	Lámparas Led oscilador 3 color 10 brillo	Q. 401.16	Q. 1,203.48
2	Laptop HP Intel core 5 103 5G1 8GB de RAM 512GB	Q. 4,499.00	Q. 8,998.00
1	Impresora multifuncional Kyocera Ecosys M2640idwcon Wifi	Q. 10,299.00	Q. 10,299.00
	<b>TOTAL</b>		<b>Q. 123,682.79</b>

*Fuente: elaboración propia, precios del mercado año 2022, USAC-CUSAM*

## CAPÍTULO VIII

### PLAN FINANCIERO

#### 8.1 Costos e inversión inicial

Tabla 9 Costos e inversión inicial

DESCRIPCION	TOTAL
Mobiliario y equipo	Q. 123,682.79
Inmueble y Materia Prima	Q 36,150.00
Gastos de Constitución	Q 15,000.00
Gastos de Organización	Q. 44,200.00
Gastos de Publicidad	Q. 8,700.00
Gastos fijos	Q. 3,800.00
<b>TOTAL</b>	<b>Q 231,532.79</b>

*Fuente: elaboración propia, año 2022, USAC-CUSAM*

#### 8.2 Mobiliario y equipo

Tabla 10 Mobiliario y equipo

Cant	Descripción	Precio Unitario	Precio total	Total anual
<b>MOBILIARIO</b>				
2	Mostradores de melamina color teka ártico, con vidrio al frente de 1.60m alto * 1.60m ancho * 60cm fondo	Q3,000.00	Q6,000.00	
5	Sillas para salón	Q2,600.00	Q13,000.00	
3	Carritos de almacenamiento de 5 niveles, cajones carro spa Uk	Q449.52	Q1,348.56	
3	Espejo para maquillaje tipo Hollywood con adaptaciones para 10 focos	Q8,200.00	Q24,600.00	
2	Sofacama futon reclinable moderno bossa beleza	Q8,999.00	Q17,998.00	
2	Revisteros 4 piezas, documentos por 3 piezas	Q509.50	Q1,019.00	
3	Camillas portátiles para aplicación de mascarillas Largo x Ancho x Altura: 213 cm x 81 cm x 85 cm	Q7,696.50	Q23,088.75	
3	Gabinete universal anaquel metálico	Q5,316.00	Q16,128.00	
3	Lámparas Led oscilador 3 color 10 brillo	Q401.16	Q1,203.48	<b>Q104,385.79</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>				
2	Laptop HP Intel core 5 103 5G1 8GB de RAM 512GB	Q4,499.00	Q8,998.00	<b>Q8,998.00</b>
<b>EQUIPO</b>				
1	Impresora multifuncional Kyocera Ecosys M2640idwcon Wifi	Q10,299.00	Q10,299.00	<b>Q10,299.00</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>Q123,682.79</b>

*Fuente: elaboración propia, año 2022, USAC-CUSAM*

Tabla 11 Inmueble y materia prima

No.	Descripción	Costo
1	Alquiler de Local	Q. 5,000.00
2	Materiales para elaboración de Productos naturales (cera de abeja, aceite de girasol, vitamina e, Carbón, aceite de coco, canela, cacao, uvas, Granada, etc.)	Q. 22,550.00
3	Frascos para empacar y presentar los productos	Q. 8,600.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q 36,150.00</b>

F  
Fuente: elaboración propia, precios

s del mercado año 2022, USAC-CUSAM

### 8.3 Gastos de constitución

Tabla 12 Gastos de constitución

No.	DESCRIPCIÓN	COSTO
1	Inscripción ante la SAT	Q1,800.00
2	Registro de la marca	Q4,500.00
3	Inscripción ante el Registro Mercantil	Q2,600.00
4	Inscripción al IGSS	Q3,300.00
5	Registro sanitario	Q2,800.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q15,000.00</b>

Fuente: elaboración propia, precios del mercado año 2022, USAC-CUSAM

### 8.4 Gastos de organización

Tabla 13 Gastos de organización

No.	PUESTO A DESEMPEÑAR	SUELDO INDIVIDUAL	MENSUAL	ANUAL	IGSS LAB	PATRONAL	TOTAL LIQUIDO
1	Gerente General	Q8,000.00	Q8,000.00	Q112,000.00	Q5,409.60	Q14,190.40	Q120,780.80
1	Jefe de Producción	Q6,000.00	Q6,000.00	Q84,000.00	Q4,057.20	Q10,642.80	Q90,585.60
1	Jefe comercial	Q5,000.00	Q5,000.00	Q70,000.00	Q3,381.00	Q8,869.00	Q75,488.00
1	Contador	Q3,100.00	Q3,100.00	Q43,400.00	Q2,096.22	Q5,498.78	Q46,802.56
1	Asistente	Q3,500.00	Q3,500.00	Q49,000.00	Q2,366.70	Q6,208.30	Q52,841.60
2	Operarias	Q3,100.00	Q6,200.00	Q86,800.00	Q4,192.44	Q10,997.56	Q93,605.12
2	Vendedoras	Q3,100.00	Q6,200.00	Q86,800.00	Q4,192.44	Q10,997.56	Q93,605.12
2	Asesoras	Q3,100.00	Q6,200.00	Q86,800.00	Q4,192.44	Q10,997.56	Q93,605.12
		<b>TOTAL</b>	<b>Q44,200.00</b>	<b>Q618,800.00</b>	Q29,888.04	Q78,401.96	Q667,313.92

Fuente: elaboración propia, precios del mercado año 2022, USAC-CUSAM

## 8.5 Gastos fijos

Tabla 14 Gastos fijos

NO.	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS	COSTO MENSUAL
1	Teléfono y Red de Internet	Q1,200.00
2	Precio Servicio de basura	Q50.00
3	Agua potable	Q150.00
5	Energía eléctrica	Q1,600.00
6	Equipo de Cafetería y Limpieza (café, azúcar, té, vasos, platos, detergente, cloro, jabón líquido, desinfectante)	Q800.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q 3,800.00</b>

*Fuente: Precios según municipalidad de San Pedro Sacatepéquez, Empresa Claro, Empresa de Agua Potable, y distribuidora despensa Familiar.*

## 8.6 Gastos de publicidad

Tabla 15 Gastos de publicidad

NO.	DESCRIPCIÓN PUBLICIDAD	TOTAL
1	Perifoneo	Q4,500.00
2	Publicidad por Redes Sociales	Q1,500.00
3	Publicidad por Radio	Q1,200.00
4	Publicidad por Televisión	Q1,500.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q8,700.00</b>

**Fuente:** Tarifas según Promóvil, Canal 22, Radio Recuerdo Stereo, Milán.

Ventas proyectadas en base a estudio de mercado

## 8.7 Flujo de Fondos Proyectados

<b>FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS</b>						
<b>RUBROS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
SALDO ANTERIOR		-Q 127,482.79	Q 269,053.29	Q 665,589.37	Q1,062,125.45	Q1,458,661.53
<b>INGRESOS</b>		Q1,250,000.00	Q1,250,000.00	Q1,250,000.00	Q1,250,000.00	Q1,250,000.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>Q1,122,517.21</b>	<b>Q1,519,053.29</b>	<b>Q1,915,589.37</b>	<b>Q2,312,125.45</b>	<b>Q2,708,661.53</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>GASTOS FIJOS</b>						
Mano de obra		Q667,313.92	Q667,313.92	Q667,313.92	Q667,313.92	Q667,313.92
Servicios mensuales (luz, agua, telefono,Alquileres , enseres de oficina,pago de basura, internet,)		Q45,600.00	Q45,600.00	Q45,600.00	Q45,600.00	Q45,600.00
Inversion inicial en mobiliario y equipo	Q123,682.79					
Gastos de constitucion	Q 3,800.00					
<b>GASTOS VARIABLES</b>						
Material de Empaque		Q36,150.00	Q36,150.00	Q36,150.00	Q36,150.00	Q36,150.00
Publicidad		Q104,400.00	Q104,400.00	Q104,400.00	Q104,400.00	Q104,400.00
<b>SUMA DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>Q 127,482.79</b>	<b>Q853,463.92</b>	<b>Q853,463.92</b>	<b>Q853,463.92</b>	<b>Q853,463.92</b>	<b>Q853,463.92</b>
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>-127,482.79</b>	<b>Q 269,053.29</b>	<b>Q 665,589.37</b>	<b>Q1,062,125.45</b>	<b>Q1,458,661.53</b>	<b>Q1,855,197.61</b>

## 8.8 Rentabilidad: (VAN y TIR), costo beneficio

AÑOS DE OPERACIÓN	COSTOS TOTALES	BENEFICIOS TOTALES	Flujo de fondos	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	COSTOS ACTUALIZADOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	231532.79		231532.79	0.19			-231532.79
1	Q853,463.92	Q 1,122,517.21	Q 269,053.29	0.840336134	Q717,196.57	Q 943,291.77	Q 226,095.20
2	Q 853,463.92	Q 1,519,053.29	Q 665,589.37	0.706164819	Q602,686.19	Q 1,072,701.99	Q 470,015.80
3	Q853,463.92	Q 1,915,589.37	Q 1,062,125.45	0.593415814	Q506,458.99	Q 1,136,741.03	Q 630,282.04
4	Q853,463.92	Q 2,312,125.45	Q 1,458,661.53	0.498668751	Q425,595.79	Q 1,152,984.71	Q 727,388.92
5	Q853,463.92	Q 2,708,661.53	Q 1,855,197.61	0.419049371	Q357,643.52	Q 1,135,062.91	Q 777,419.39
	<b>Q4,498,852.39</b>	<b>Q 9,577,946.85</b>	<b>Q 5,079,094.46</b>				<b>Q 2,599,668.56</b>

VAN		Q2,599,668.56
TIR		<b>202.43%</b>
CB		<b>5,079,094.46</b>

LOS DATOS DIERON UN VALOR POSITIVO, DEDES EL FLUJO DE FONDOS, LA TIR Y EL COSTO BENEFICIO, POR TAL RAZON EL PROYECTO ES VIABLE.

## CAPÍTULO IX

### ANÁLISIS DE RIESGO

#### 9.1 Matriz de riesgos:

Indicadores del sistema de gestión de riesgo			
Indicador	Descripción	Fórmula	Rango aceptable
Tiempos de entrega de producto	Tiempo en que se envía producto y este es recibido por el cliente	Días para entregar a cliente - días estimados para entregar clientes = días que carga recorrió	Acorde a distancia origen-destino
Producto conforme	Condiciones en que es entregado producto, con el respectivo seguimiento del estado de carga en el envío	$((\text{Producto no conforme})/\text{productos enviados}) * 100$	98%
Respuesta ante suceso	Tiempo en que la unidad del sistema de gestión de riesgo responde ante los acontecimientos de riesgo en el proceso	Hora en que se mitiga suceso - Hora en que surge suceso = tiempo de respuesta	5 min
Manejo de documentos	Tiempo en que se hace el envío de documentos para ejecución del respectivo proceso	$((\text{Documentos no firmados})/\text{cantidad de documentos autenticados}) * 100$	95%
Pedidos rechazados	Cantidad de pedidos que el cliente rechaza por estar fuera de norma	$((\text{Producto rechazado})/\text{productos vendidos}) * 100$	97%

Fuente: elaboración propia.

## 9.2 Acciones de mitigación:

1. Tiempos de Entrega:
  - Procesos vía telefónica
  - Entrega a domicilio con pedido previo
  - Delimitar ruta de reparto para clientes distribuidores
2. Productos Conforme:
  - Verificación de productos
  - Conteo de productos
  - Software de control
  - Método peps
3. Repuestas ante sucesos:
  - Personal de atención al cliente capacitado para atender inconvenientes
  - Listado de preguntas frecuentes
  - Listado de errores y reclamos frecuentes
  - Atención y reatención en tiempo record
4. Manejo de documentos:
  - Se designaron funciones de archivo al personal permanente.
  - Se cuenta con archivadores físicos.
  - Se tiene un proceso de archivo y capacitación para los colaboradores. que tiene a cargo el manejo de información encargados de documentación.
5. Pedidos rechazados:
  - Se realizará un listado de pedidos no rechazados.
  - Se atenderá cada pedido en menos de 24 horas.
  - Se implementarán productos comerciales para compensar la demanda real que se dé dentro del mercado.

6. Medidas de seguridad industrial:

Producción:

- Implementación de indumentaria adecuada (guantes, mascarillas, cofias, trajes, atomizadores.)
- Implementación de señalización
- Implementación de extinguidores
- Esterilización de áreas de trabajo
- Control de temperaturas
- Herramientas de seguridad pesos y medidas exactas
- Control de humedad y plagas
- Cámaras de control de personal
- Alarmas contra incendios, inundaciones y plagas.

## CONCLUSIONES

La investigación del plan de negocios para la apertura de la fábrica de cosméticos COSMETIC MAGIC OF NATURE, realizado en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, define las siguientes conclusiones:

Se determinó que con la elaboración del análisis estratégico existen diversidad de oportunidades en la apertura de la fábrica, en virtud que es una gran ventaja para el negocio consiguiendo ventajas competitivas, teniendo fortalezas, sin embargo, tienen varias debilidades, debido a que es una nueva empresa y la cantidad de pedido es mínima, dentro de las amenazas existe el poder de las franquicias.

La investigación de mercado revela una creciente demanda de productos de cuidado personal naturales y orgánicos, a nivel local. Esto sugiere una sólida oportunidad en el mercado de cosméticos.

San Pedro Sacatepéquez se encuentra en una ubicación estratégica para la producción y distribución de productos a nivel nacional, siendo un departamento en donde se maneja todo tipo de comercio.

Se estima que existe disponibilidad de materias primas en el área de producción a lo largo del año.

Con el establecimiento de la empresa se brindará un servicio de calidad al cliente y se contribuye con la salud y estética femenina.

## BIBLIOGRAFÍA

- asisehace.gt. (2021). *asiosehace.gt*. Obtenido de asiosehace.gt:  
<https://asisehace.gt/procedure/77/34/step/199?l=es>
- Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. (2015). Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. Guatemala.
- López, C. (octubre de 2019). Desarrollo de una crema antiedad hidratante con activos de origen natural para el cuidado facial masculino. *Tesis*. México.
- Ministerio de Economía . (14 de julio de 2021). Manual de Normas y Procedimientos . Guatemala.
- Orellana, M. (agosto de 2017). Extracción por expresión en frío del aceite fijo de las semillas del guicoy (cucurbita pepo I) y evaluación de sus características para su utilización en cremas cosméticas. Guatemala, Guatemala.
- Registro mercantil. (2019). *registromercantil.gob.gt*. Obtenido de registromercantil.gob.gt: <https://www.registromercantil.gob.gt/web/mw-content/uploads/2019/11/9.pdf>

## ANEXOS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA CENTRO UNIVERSITARIO SAN MARCOS

### Boleta de Encuesta

#### Fábrica de Cosméticos Naturales



Edad  Residencia  Ocupación

1. ¿Qué tipo de problemas debiese combatir un producto para la piel de acuerdo a sus necesidades? (Marque las que le interese)

Piel Seca	<input type="checkbox"/>	Piel Grasa	<input type="checkbox"/>
Piel Sensible	<input type="checkbox"/>	Acné	<input type="checkbox"/>
Manchas	<input type="checkbox"/>	Arrugas	<input type="checkbox"/>
Ninguna	<input type="checkbox"/>		

2. Si un producto artesanal para el cuidado de su piel fuese hecho sin componentes químicos que puedan afectar su piel, preferiría usted comprar un:

Producto Artesanal Natural	<input type="checkbox"/>
Producto con Sintéticos	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>

3. En el caso de un producto artesanal para la piel lo más importante es:

Que sea bueno para mi piel	<input type="checkbox"/>
Que tenga un rico aroma	<input type="checkbox"/>
Que tenga propiedades terapéuticas	<input type="checkbox"/>

4. Un producto artesanal para la piel le gustaría que fuese con una forma.

Rústica	<input type="checkbox"/>
Tradicional	<input type="checkbox"/>
Moderna	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cómo preferiría comprar estos productos?

Ir directamente al local

A través de una asesora en cosmética artesanal que le lleve los productos Que mi pareja los compre

6. ¿Qué le gustaría observar y/o recibir en la visita? (Marque las que le interesen):

Catálogo

Muestras de los productos

Información sobre los productos

Productos nuevos

Testimonios exitosos

Ranking de lo más vendido

Información sobre promociones