

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES



TESIS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE SUPLEMENTO
ORGÁNICO PARA EL ABASTECIMIENTO DE TIENDAS ORGÁNICAS EN EL
DISTRITO DE MIRAFLORES- LIMA- PERÚ- 2019**

PRESENTADO POR LA BACHILLER

IVONNE PATRICIA COLMENARES ABARCA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES**

LIMA, PERÚ

2019

A mi padre Fernando Colmenares de la Cruz
y madre Rosario Abarca Jaramillo por
comprensión en cada paso que doy.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios y a mi familia por su apoyo y motivación constante e incondicional para culminar satisfactoriamente esta etapa.

Agradezco a los profesores y a cada uno de los profesionales que brindaron su experiencia y conocimientos aportando de manera satisfactoria para la presente investigación.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis propone dar a conocer si es rentable y factible la Importación del suplemento orgánico - Vitamina B12 en spray de la empresa Garden of Life para el abastecimiento de tiendas orgánicas ubicadas en el distrito de Miraflores- Lima-Perú

El Primer Capítulo, describe la realidad problemática en relación a la importación de este suplemento orgánico - Vitamina B12 en spray. Asimismo, se establecen los objetivos tanto general como específico, la importancia del estudio, alcances y limitaciones.

El Segundo Capítulo, describe el Marco Teórico- Conceptual que abarca los antecedentes que se desarrolla, las bases teóricas y define los principales términos básicos.

El Tercer Capítulo, se establece la hipótesis general y específica, las variables y la matriz de consistencia.

El Cuarto Capítulo, presenta el método de investigación. Se describe la población, la muestra, el procedimiento de ejecución del estudio el cual incluye instrumentos y técnicas de procesamientos de datos.

El Quinto Capítulo, detalla los resultados obtenidos, para luego ser analizados minuciosamente.

El Sexto Capítulo, concluye con la presentación de las principales conclusiones y recomendaciones de la tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
INTRODUCCIÓN	I
LISTA DE TABLAS	IV
LISTA DE FIGURAS	VII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	1
1. Formulación del problema	1
2. Objetivos	3
3. Justificación o importancia del estudio	4
4. Alcance y limitaciones	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	5
1. Antecedentes	5
2. Bases teórico-científicas	9
3. Definición de términos básicos	13
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	13
1. Hipótesis y/o Supuestos básicos	13
2. Matriz lógica de consistencia	15
CAPÍTULO IV: MÉTODO	16
1. Tipo y método de investigación	16
2. Diseño específico de investigación	16
3. Población, Muestra o participante	16

4. Instrumentos de recogida de datos	16
5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	16
6. Procedimiento de ejecución del estudio	17
CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	17
1. Recopilación de datos y el muestreo	17
2. Análisis unitarios de los datos	18
3. Contraste de Hipótesis	40
4. Propuesta estratégica	44
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS	66
APÉNDICE	69

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 - Elaboración propia – Genero del personal encuestado de tiendas orgánicas	19
Tabla 2 - Elaboración propia – Cargo del personal encuestado en tiendas orgánicas	20
Tabla 3: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 1	21
Tabla 4: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 2	22
Tabla 5: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 3	23
Tabla 6: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 4	24
Tabla 7 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 5	25
Tabla 8 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 6	26
Tabla 9 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 7	27
Tabla 10 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 8	28
Tabla 11 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 9	29
Tabla 12 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 10	30
Tabla 13 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 11	31
Tabla 14 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 12	32
Tabla 15 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 13	33
Tabla 16 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 14	34
Tabla 17 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 15	35
Tabla 18 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 16	36
Tabla 19 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 17	37

Tabla 20 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 18	38
Tabla 21 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 19	39
Tabla 22 - Elaboración propia- Contraste de hipótesis	40
Tabla 23: Elaboración propia, Tabla Cruzada de la P03 y P09	41
Tabla 24: Elaboración propia- Resultado Prueba chi- cuadrado	42
Tabla 25: Elaboración propia –Resultado Prueba Chi-Cuadrado P03 y P09	43
Tabla 26: Elaboración propia- Propiedad, planta y equipo	52
Tabla 27: Elaboración propia -Activos intangibles.	52
Tabla 28: Elaboración propia-Gastos de constitución	53
Tabla 29: Elaboración propia - Otros gastos anuales	53
Tabla 30: Elaboración propia - Capital de Trabajo	54
Tabla 31: Elaboración propia - Gastos de Operación	55
Tabla 32: Elaboración propia - Cantidad mensual de producto necesaria	56
Tabla 33: Elaboración propia- Cantidad necesaria de producto para dos meses	57
Tabla 34: Elaboración propia - Valor de importación	57
Tabla 35: Elaboración propia- Peso de carga	57
Tabla 36: Elaboración propia - Calculo de tributos para importación de Vitamina B12	58
Tabla 37: Elaboración propia - Cuadro Total de Inversión para el Proyecto	59
Tabla 38: Elaboración propia - Calculo precio de venta	60

Tabla 39: Elaboración propia - Cuadro resumen de venta anual	60
Tabla 40: Elaboración propia - Flujo de caja proyectada a tres años para el proyecto	61

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Elaboración propia: Distribución porcentual de cargo del personal encuestado de tiendas orgánicas	19
Figura 2: Elaboración propia-Distribución porcentual de cargos del personal que trabaja en tiendas orgánicas que fueron encuestados	20
Figura 3: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 1	21
Figura 4: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 2	22
Figura 5: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 3	23
Figura 6: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 4	24
Figura 7: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 5	25
Figura 8: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 6	26
Figura 9: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 7	27
Figura 10: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 8	28
Figura 11: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 9	29
Figura 12: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 10	30
Figura 13: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 11	31
Figura 14: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 12	32
Figura 15: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 13	33
Figura 16: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 14	34

Figura 17: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 15	35
Figura 18: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 16	36
Figura 19: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 17	37
Figura 20: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 18	38
Figura 21: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 19	39
Figura 22: Formula para hallar contraste de hipótesis	40
Figura 23: Formula de la Chi- cuadrado	42
Figura 24: Elaboración propia-Grafica representativa de resultado de prueba chi - cuadrado P03 y P09	42

RESUMEN

El suplemento orgánico- vitamina B12 es una vitamina muy valiosa para la salud por muchas razones: aumenta la energía, reduce la fatiga y el cansancio, favorece la digestión y la asimilación del hierro, asegura un buen funcionamiento del sistema nervioso, ayuda a la producción de los glóbulos rojos en la sangre, protege el corazón , entre otros.

El incremento de tiendas orgánicas nace de una nueva tendencia saludable en el mercado, los usuarios de estas son: Los veganos, vegetarianos y personas que optan por un cambio en su estilo de vida.

Las vitaminas o suplementos son importantes para obtener una dieta balanceada, sea el estilo de vida que llevemos. Nuestro organismo a veces no asimila los nutrientes necesarios que brindan los alimentos que ingerimos.

La presente investigación titulada “Proyecto de Factibilidad para la Importación de Suplemento Orgánico para el Abastecimiento de Tiendas Orgánicas en el distrito de Miraflores- Lima- Perú- 2019”, tiene como finalidad dar a conocer si sería un negocio rentable y factible la importación de suplementos orgánicos.

Palabras Clave: Vitamina, Tiendas Orgánicas, Tendencia Saludable, Veganos, Vegetarianos, Estilo de Vida, Importación, Factible y Rentable.

ABSTRACT

The supplement Vitamin B12 is a very valuable vitamin for health for many reasons: it increases energy, reduces fatigue and fatigue, promotes digestion and assimilation of iron, ensures a good functioning of the nervous system, helps the production of blood cells red in the blood, protects the heart, among others.

The increase of organic stores is born of a new healthy trend in the market, the users of these are: Vegans, vegetarians and people who opt for a change in their lifestyle.

Vitamins or supplements are important to obtain a balanced diet; whatever lifestyle we lead. Our body sometimes does not assimilate the necessary nutrients provided by the food we eat. The present research entitled "Feasibility Project for the Import of Organic Supplement for the Supply of Organic Stores in the district of Miraflores - Lima- Peru- 2019", aims to show if it would be a profitable and feasible business to import supplements organic

Keywords: Vitamin, Organic Stores, Healthy Trend, Vegans, Vegetarians, Lifestyle, Import, Feasible and Profitable.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1. Formulación del problema

En Lima contamos con una nueva tendencia saludable lo cual ha permitido la apertura de tiendas orgánicas. Los principales distritos en los que contamos con ellas son en Barranco, Miraflores, Surco, La Molina, San Isidro y Surquillo.

El abastecimiento de las tiendas orgánicas se realiza a través de empresas peruanas que producen productos nacionales o realizan importaciones. Los productos que se ofrecen, en su mayoría no cuentan con una certificación orgánica, Por ejemplo, en la categoría de

Suplementos, las empresas que abastecen de ellos son: Xtralife, Nordic Natural, Inkanat, Genacol, Forever, Mason, GNC, Spring Valley, entre otras, las cuales no cuentan con certificación orgánica.

Un producto orgánico brinda seguridad respecto a la calidad del mismo, este estará libre de pesticidas, químicos, fertilizantes, entre otros, los cuales no permiten que se pueda disfrutar de todas las bondades del mismo. En el caso de suplementos, si estos son orgánicos, permitirán que la persona que los ingiera absorba todas sus bondades y el tratamiento sea efectivo.

En Perú para poder importar suplementos de manera regular se debe cumplir con ciertos requisitos como: Crear una empresa (Droguería), tener el registro sanitario de cada producto, tener un local comercial, contar con el servicio de un farmacéutico, entre otros, por lo que las personas que desean obtener productos certificados en este caso optan por las siguientes opciones:

- a. Viajar al extranjero, comprar las vitaminas y traerlas en el equipaje (procedimiento no es permitido cuando se trae más de un producto o no se cuenta con receta médica).

b. Comprar las vitaminas (uno por categoría) en tiendas online como Amazon, Lucky vitamin, Ebay o Biovea Perú, esperar de 30 a 40 días a su llegada al país e iniciar el proceso de retiro de la mercancía en DIGEMID. El trámite sería el siguiente:

- Tener receta médica firmada y sellada por un médico colegiado que indique diagnóstico por el cual debe tomar ese medicamento especificando la dosis a ingerir.

- Ir con receta médica y formato anexo 1 (Solicitud – Declaración jurada para la autorización excepcional de importación de productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios) a DIGEMID para que autorice el ingreso del medicamento a Perú (el trámite dura 5 días hábiles).

- Retirar el producto.

El Mercado saludable aún se encuentra en crecimiento, con ello podemos asumir que empresas grandes no ven un mercado potencial o rentable para poder invertir en él. Es por ello que no encontramos una empresa que importe productos orgánicos en general y sobre todo suplementos.

La presente tesis propone dar a conocer si es factible y rentable la Importación del suplemento orgánico - Vitamina B12 en spray de la empresa Garden of Life para el abastecimiento de tiendas orgánicas ubicadas en el distrito de Miraflores- Lima-Perú.

Garden of Life es una empresa que le importa la salud, es el número uno en la industria de productos orgánicos debido a sus estándares de calidad, cuenta con dos certificaciones las cuales permiten saber al consumidor que el producto es orgánico. La primera certificación es USDA ORGANIC la cual hace referencia a que sus productos son cosechados en tierras libres de pesticidas o fertilizantes sintéticos, y la segunda certificación es THE NON GMO PROJECT VERIFIED la cual hace referencia a que son productos naturales no genéticamente modificados.

La empresa cuenta con una línea de productos que benefician la salud, tienen productos para el cerebro, digestión, suplementos alimenticios, soporte inmunológico, articulaciones, pre y posnatal, proteínas, probióticos, entre otros.

1.1. Problema Principal

¿Es factible y rentable la importación de suplemento orgánico para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores-Lima-Perú-2019?

1.2. Problemas Secundario

- a. ¿Qué permisos son necesarios para la importación o entrada de suplemento orgánico al país?
- b. ¿Es necesario la creación de una empresa para generar la importación de suplemento orgánico?
- c. ¿Cuál sería la inversión del proyecto?

2. Objetivos de la Investigación

2.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad y rentabilidad para la importación de suplemento orgánico para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores- Lima- Peru-2019.

2.2. Objetivos Específicos

- a. Identificar cuáles son los permisos necesarios para la importación o entrada del suplemento orgánico.
- b. Determinar si es necesario la creación de una empresa para generar la importación de suplemento orgánico.
- c. Determinar la inversión del proyecto a través de los costos e ingresos y así poder evaluar el mismo.

3. Justificación o importancia del estudio

El distrito de Miraflores cuenta con tiendas orgánicas las cuales están abiertas para el público en general en su mayoría de lunes a domingo y los días sábados cuenta con una feria orgánica la cual está ubicada en el Parque Reducto. Miraflores es conocido como un distrito que promueve un estilo de vida saludable es por ello que la mayoría de tiendas se encuentran en este distrito.

Los productos que se venden en las tiendas orgánicas no cuentan con una certificación orgánica en su mayoría, sin embargo, los proveedores que las abastecen lo hacen con productos denominados “saludables” (no tienen la certificación que lo avale). Podemos considerar que, si es llamada como tienda orgánica, podremos encontrar productos orgánicos de calidad que beneficien a nuestra salud, sin embargo, actualmente no es en un 100% la realidad.

Con la investigación se desea evaluar la posibilidad de importar una gama de productos con certificación orgánica, beneficiando así a los consumidores de las mencionadas tiendas y personas que estén interesadas en productos de alta calidad y con certificación que no generaran a su salud efectos secundarios gracias a los insumos con los cuales son producidos. Sin embargo, para conocer si es factible o rentable el proyecto se iniciará con el suplemento orgánico- Vitamina B12.

Por otro lado, se abriría una nueva oportunidad de negocio para los pequeños y grandes inversionistas que pertenezcan al gremio de vida saludable o no pertenezcan y deseen invertir en estos nuevos productos, convirtiéndose así en pioneros en importación de productos orgánicos.

Finalmente, la presente investigación puede servir de referencia para futuras investigaciones de la comunidad universitaria nacional.

4. Alcance y limitaciones

Alcance: el estudio evaluará la rentabilidad y factibilidad de importar vitaminas orgánicas para el abastecimiento de tiendas ubicadas en Miraflores. Se evaluará los requisitos para su ingreso y el interés de las tiendas en obtener el suplemento orgánico.

Limitaciones: Importar el suplemento orgánico en grandes cantidades es nuevo, por lo que cuenta con varios requisitos previos para su ingreso. En la presente investigación se evaluó cada uno de ellos para saber si es rentable y factible.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO- CONCEPTUAL

1. Antecedente de Investigación

1.1 Nacionales

Higuchi (2015), realizó la investigación: *Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima en el centro de investigación de la Universidad del Pacífico*, donde concluye:

- a. La tendencia saludable ha llegado a Perú a través de los productos orgánicos, sin embargo, existen conceptos relacionados a estos y a los productos naturales que afectan las percepciones de los consumidores debido a las actividades de marketing propias de la industria alimentaria, que impulsan a la compra de productos naturales presentándolos como si fueran orgánicos.
- b. La motivación a la compra de productos orgánicos son la seguridad alimentaria y la contribución a la salud que estos proporcionan.
- c. El incremento de tiendas y bioferias orgánicas o ecológicas originados por el crecimiento económico que se ha dado en Lima Metropolitana, hace que los consumidores puedan tener acceso a una alimentación más sana y nutritiva.

- d. Las tiendas y bioferias orgánicas son mejor acogidas en zonas de ingresos medios y altos y también de educación superior.

Soto (2015), realizo el artículo titulado: *El consumo de productos orgánicos crece entre los peruanos*, donde comenta que, en 10 años, el consumo de productos orgánicos ha crecido un 70% por lo que el comercio en tiendas y mercados orgánicos ha aumentado. Debido al aumento del consumo y a que las bioferias solo se desarrollan fines de semana, han ingresado al mercado las biotiendas, que funcionan de lunes a viernes.

La red vegana (2018) realizo una encuesta para saber cuántas personas veganas había en Perú, comparando los resultados con una encuesta realizada en el año 2016. Se obtuvo los siguientes resultados:

- a. En el 2016 se encuestaron a 2390 personas de las cuales, el 31.9% manifestaron ser veganos. En el 2018 la muestra se incrementó a 3026 casos, de los cuales el 34.9% fueron veganos. Se observa que para esta medición la cantidad de veganos se incrementó en 3 puntos porcentuales.
- b. En comparación al 2016 hay un incremento aproximado en 45% en población que ha dejado de consumir carne.
- c. El 18% indica que están en proceso de ser veganos
- d. El 96.8% señalaron ser de nacionalidad peruana, y el 3.2% indicaron ser extranjeros que radican en Perú.
- e. El 42.6% tiene entre 18 a 24 años. En un segundo grupo, se ubican aquellas personas que tienen entre 25 a 34 años, ellos representan el 24.0% en la actualidad.
- f. La mayoría son principalmente mujeres y tienen aproximadamente entre 1 a 5 años de ser veganas y el principal motivo por el que manifiestan ser veganas es por respeto a la vida de los animales.

g. La ciudad donde se concentran la mayor parte de las personas encuestadas es Lima; seguido de lejos de Arequipa, Cusco y La Libertad.

h. El medio o la forma por el cual se enteraron del veganismo /vegetarianismo son las redes sociales, tales como Facebook, Instagram, Twitter, etc. Seguido de la conversación con familiares y/o amigos.

- El 22.6% No encuentran una opción vegana/vegetariana donde puedan comer usualmente.

- El 68.6% ha sido discriminados o motivo de burlas por no consumir carne.

Guardia (2018) realizo el artículo: *peruanos que importan vitaminas o productos dietéticos no pueden retirarlos de aduanas*, donde indica que los ciudadanos que usan el comercio electrónico para adquirir vitaminas o productos dietéticos en el extranjero para uso personal no pueden retirarlo de la Aduana por la exigencia de que tenga registro sanitario emitido por la Digemid.

Valenzuela (2005) realizo la investigación: *Comercialización de los productos naturales en Lima Metropolitana*, donde indica que:

a. Usos: Los productos naturales evaluados se usan con fines terapéuticos en el 51%, como suplementos alimenticios en el 38% y como otros usos 8%. En los niveles A y B el uso principal es como suplemento alimenticio (47%), mientras que en los niveles C, D y E el uso principal es con fines terapéuticos (54% en C y D 59% en E).

Cuando el producto natural es usado como suplemento alimenticio, en el 28% se emplea como vitamina, en el 25% como minerales, en el 12% como proteínas, en el 6% como carbohidratos y el 28% desconoce la propiedad de los productos naturales alimenticios.

Procedencia y registro sanitario: De los 59 productos naturales más solicitados en Lima Metropolitana, el 69% son procedentes de laboratorios nacionales y el 31% de laboratorios extranjeros. Según la base de datos de Registros Sanitarios de DIGEMID, sólo dos productos naturales de procedencia extranjera y 12 nacionales cuentan con Registro Sanitario autorizado por la DIGEMID, es decir, 14 productos están autorizados como productos con fines terapéuticos (23,7% de los 59 productos seleccionados).

Doce de los 59 productos seleccionados (20,3%) cuentan con Registro Sanitario autorizado por DIGESA, es decir, su autorización implica que están autorizados como suplementos nutricionales.

Además, 26 productos naturales (44,1%) tienen otros registros y siete (11,9%) son productos sin Registro Sanitario.

El 50,9% de los productos naturales más solicitados en Lima Metropolitana no consideran en el rotulado de su envase a profesionales responsables o al Director Técnico del Laboratorio; el 40,7% de los productos naturales consideran rotulado en el envase como profesionales responsables a químico-farmacéuticos; y un 8,5% consideran como profesionales responsables a ingenieros de industrias alimentarias, agroindustriales o industriales.

1.2 Internacionales

Morán (2011) en su investigación: *Estudio de factibilidad para la importación desde el Perú y comercialización de capsulas de maca (producto natural que mejorara el rendimiento físico y optimiza la capacidad intelectual) en la ciudad de Quito*, donde busca mediante la creación de una empresa introducir una marca de productos naturales peruana reconocida internacionalmente como es KOKEN y comercializarla en Quito- Ecuador, ofreciendo un producto de alta calidad y confiabilidad.

La investigación concluye que el proyecto es viable, pues proporciona al inversionista una rentabilidad atractiva, el producto sería recibido de manera positiva por los establecimientos naturistas y que se puede apreciar que el sector de medicina natural muestra alentadoras proyecciones de crecimiento debido a la rentabilidad que genera el ofrecer productos que previenen y curan enfermedades sin ocasionar efectos secundarios.

2. Base teórico- científicas

2.1. Productos orgánicos

Según el código de alimentación (Codex alimentarius, Tercera edición, Roma 2007:10). La agricultura orgánica forma parte de una vasta gama de metodologías que apoyan la protección del medio ambiente. Los sistemas de producción orgánica se basan en normas de producción específicas y precisas cuya finalidad es lograr agro ecosistemas óptimos, que sean sostenibles desde el punto de vista social, ecológico y económico. En el intento de describir más claramente el sistema orgánico se usan también términos como “biológico” y “ecológico”.

Según el portal Agraria.pe, en el artículo “Estudio señala que la agricultura orgánica no es la panacea”, definen que la agricultura ecológica (también llamada orgánica o biológica), es un sistema de cultivo de una explotación agrícola autónoma basada en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos sintéticos, u organismos genéticamente modificados (OGMs), ni para abono ni para combatir las plagas, ni para cultivos. De esta forma obtiene alimentos orgánicos a la vez que se conserva la fertilidad de la tierra y se respeta el medio ambiente. Todo ello de manera sostenible y equilibrada.

Según las descripciones anteriores, podemos definir entonces que los productos orgánicos, también conocidos como ecológicos o biológicos, son productos de origen vegetal

o derivados, que se han producido y elaborado sin productos químicos. Estos son libres de hormonas, antibióticos, residuos de metales pesados, saborizantes artificiales y otros. Su característica principal es su alto valor nutricional ya que estos concentran mayores minerales, vitaminas que los convencionales.

2.2. Certificación Orgánica

Según el portal Agricultores, la certificación orgánica es un proceso de certificación y control para los productores de alimentos orgánicos y otros productos agrícolas orgánicos que permite garantizar la calidad orgánica de un producto, verificando el cumplimiento de la norma de producción orgánica que corresponda, según el mercado destino de dicho producto.

Según el portal Control Unión, sección programas, el principio de la agricultura es la producción de alimentos saludables provenientes de un suelo balanceado y fértil.

El terreno donde se producirá debe pasar por un periodo de conversión antes de la cosecha o siembra de productos para que puedan etiquetarse como orgánicos. Esto significa, que el terreno debe haber sido manejado de acuerdo a las regulaciones orgánicas por al menos 2 a 3 años (dependiendo del tipo de producto y de la regulación). Durante la producción y procesamiento el producto orgánico y no orgánico deben estar separados y debe prevenirse la contaminación.

La producción y procesamiento de productos orgánicos debe ser inspeccionado por un organismo tercero independiente acreditado de acuerdo con el sistema de inspección establecido en la regulación aplicable. En caso todos los requisitos hayan sido cumplidos se puede emitir un certificado y los logos aplicables pueden ser utilizados en los productos certificados.

Según las descripciones anteriores, podemos definir entonces que la certificación orgánica es la constancia de producir productos orgánicos siguiendo las normas establecidas por las entidades pertinentes (certificadoras).

2.3. Certificación USD

Según el portal Control Unión, sección programas, certificación orgánica, la certificación USDA NOP-United states department of Agriculture -National Organic Program, se basa en las Normas de Producción Orgánica para EEUU (NOP-USDA) (286.11 kb), creadas por el Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos. Este certificado es necesario para clientes que desean exportar su producción orgánica a Estados Unidos, incluso aunque tengan certificados para otros países.

Para obtener este certificado, hay que cumplir con dichas normas, y ser certificado por una certificadora que esté acreditada por el Ministerio de Agricultura del gobierno de Estados Unidos, como lo es Control Union Certifications.

Una vez aprobada la certificación, se puede usar el sello USDA NOP en los productos.

2.4. Vitaminas

Según el portal Medline plus, vitaminas son sustancias que el cuerpo necesita para crecer y desarrollarse normalmente. Su cuerpo necesita 13 vitaminas. Estas son: Vitamina A, Vitaminas B, Vitamina D, Vitamina E, Vitamina K. Por lo general, las vitaminas provienen de los alimentos que se consume. El cuerpo también puede producir vitaminas D y K. Las personas que llevan una dieta vegetariana pueden necesitar un suplemento de vitamina B12. Cada vitamina tiene funciones específicas. Si tiene bajos niveles de determinadas vitaminas, puede tener problemas de salud.

Según el portal de la clínica Anglo americana ubicada en Lima-Perú, las vitaminas son compuestos orgánicos esenciales para el funcionamiento celular, el crecimiento, la salud y el desarrollo normal de todos los seres vivos. Son fundamentales para el metabolismo y el crecimiento y el buen funcionamiento del organismo. Cada vitamina tiene una función distinta. Se requieren en dosis pequeñas y usualmente están presentes en los alimentos que ingerimos diariamente.

Una deficiencia vitamínica ocurre cuando no se obtiene suficiente cantidad de cierta vitamina, lo que puede causar problemas de salud. Existen 13 vitaminas esenciales, lo cual significa que son necesarias para que el cuerpo funcione.

Según las descripciones anteriores, podemos definir entonces que las vitaminas son los nutrientes esenciales que nos brindan nuestros alimentos u organismo permitiendo así mantener una salud óptima.

2.5. Vitaminas de origen orgánico

Según las descripciones dadas en los puntos anteriores podemos definir como vitaminas de origen orgánico a las que tienen como insumo esencial productos orgánicos (frutas, vegetales y hierbas). Estos cuentan con certificación orgánica, no son adictivos y no generan efectos secundarios al ser de procedencia natural.

2.6 Sublingual

Según el portal de la Academia Europea de pacientes (EUPATI) define Sublingual a la administración de medicamento en la que el medicamento se coloca bajo la lengua. El medicamento se puede presentar en comprimido o aerosol. Es una vía farmacológica de absorción extremadamente rápida, ya que los medicamentos se difunden rápidamente a la sangre a través de los tejidos que hay debajo de la lengua. Es especialmente efectiva en

situaciones de emergencia cuando el medicamento debe actuar de inmediato, como sucede, por ejemplo, durante un ataque al corazón. Otra ventaja es que el medicamento no pasa por el sistema digestivo, por lo que no se metaboliza a través del hígado y así se puede usar una dosis menor.

3. Definición de términos básicos

En este punto, se presentará la lista de términos más importantes de la investigación para profundizar y facilitar la captación de conocimiento dado por dicha investigación:

1. Autorización Sanitaria: Documento que autoriza la comercialización de un producto registrado.

2. Alimentación saludable: Es aquella que permite a tu cuerpo aportar los nutrientes necesarios para mantenerse sano. Esta es balanceada

3. Importación: Es el proceso por el cual una mercancía ingresa a un país de manera legal.

4. Permisos: Es el consentimiento o autorización para realizar cualquier tipo de actividad.

5. Registro Sanitario: Documento que autoriza a una persona natural o jurídica a la comercialización de un producto que ha sido correctamente fabricado.

6. Tiendas Orgánicas: Lugar especializado en la venta de productos de origen orgánico.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

1. Hipótesis y/o supuestos básicos

La importación de suplemento orgánico es factible y rentable para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores-Lima-Perú-2019.

Hipótesis secundarias

- a. La identificación de los permisos necesarios para la importación o entrada del suplemento orgánico al país permitirá determinar si se podrá importar dicho producto.
- b. La determinación de conocer si es necesario la creación de una empresa generaría la importación del suplemento orgánico al país.
- c. La determinación de la inversión del proyecto a través de los costos e ingresos permitiría evaluar el mismo.

2.MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Proyecto de factibilidad para la importación de suplemento orgánico para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores-

Lima- Perú- 2019

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>GENERAL</p> <p>¿Es factible y rentable la importación de suplemento orgánico para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores- Lima-Perú-2019?</p> <p>SECUNDARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué permisos son necesarios para la importación o entrada de suplemento orgánico al país? • ¿Es necesario la creación de una empresa para generar la Importación de suplemento orgánico? • ¿Cuál sería la inversión del proyecto? 	<p>GENERAL</p> <p>Determinar la factibilidad y rentabilidad para la importación de suplemento orgánico para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores- Lima-Perú-2019.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar cuáles son los permisos necesarios para la importación o entrada de suplemento orgánico. • Determinar si es necesario la creación de una empresa para generar la importación de suplemento orgánico. • Determinar la inversión del proyecto a través de los costos e ingresos y así poder evaluar el mismo. 	<p>GENERAL</p> <p>La importación de suplemento orgánico es factible y rentable para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores-Lima.Perú-2019.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La identificación de los permisos necesarios para la importación o entrada del suplemento orgánico al país permitirá determinar si se podrá importar dicho producto. • La determinación de conocer si es necesario la creación de una empresa generaría la importación del suplemento orgánico al país. • La determinación de la inversión del proyecto a través de los costos e ingresos permitiría evaluar el mismo. 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE (X)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importación de vitaminas B12 de origen orgánico. <p>VARIABLE DEPENDIENTE (Y)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abastecimiento de las tiendas orgánicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda • Proceso de Importación • Evaluación de precios de referencia <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de venta y entrega en punto final • Existencias (Entrada y salida) • Fuerza de venta 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda punto de venta • Producto de competencia • Proveedor • Medios de pago • Logística • Costos directos • Costos indirectos <ul style="list-style-type: none"> • Interés del producto • Control de entradas • Control de salidas • Competencias • Capacitación • Reconocimientos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de Investigación Descriptiva. 2. Método de investigación Cuantitativo y Cualitativo. 3. Diseño de investigación No experimental. 4. Población: 13 tiendas orgánicas- 30 personas los cuales son los componentes de la población. 5. Instrumentos de recolección Encuesta a tiendas orgánicas

CAPÍTULO IV: MÉTODO

1. Tipo y método de investigación

El tipo de investigación de la presente investigación es descriptiva; ya que se trabajó sobre la realidad del proceso de importación de vitaminas orgánicas y sobre el mercado de tiendas orgánicas en Miraflores.

El método de la investigación es cualitativo, dado que los datos recolectados se clasificaron en categorías según los objetivos propuestos.

2. Diseño específico de investigación

Para la presente investigación se utilizó el diseño no experimental, observacional, en razón que se observó los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos.

3. Población, muestra o participantes

Población: 13 tiendas donde se encuestó a 30 personas los cuales son componentes de la población (encargados de tienda).

4. Instrumentos de recogida de datos

El instrumento de medición está formado por las 19 preguntas que constituyen el cuadernillo de preguntas para la encuesta.

5. Técnica de procesamiento y análisis de datos

- Las encuestas se ejecutaron de manera presencial entre el encuestador (mi persona) y el encuestado (encargados de las tiendas orgánicas)

- Para el procesamiento de la información se utilizó el SPSS 26; previamente, los datos de la encuesta se trasladaron al Excel dando lugar a la base de datos del trabajo de investigación (tesis) y el Word para la edición del informe de la tesis.

6. Procesamiento para la ejecución del estudio

1ero: Recopilación de datos a través de las fuentes primarias y secundarias mediante revisión de tesis, artículos, información de la web relacionando al mercado orgánico en Lima-Perú.

2do: Recopilación de información en DIGEMID para saber el proceso de creación de una DROGUERIA, registro Sanitario de los productos a importar y visitando tiendas orgánicas, para saber cuáles podrían ser las potenciales.

3ero: Entrevistas a personal que labora en las Tiendas orgánicas ubicadas en Miraflores y expertos.

4to: Análisis y evaluación de toda la información recolectada.

CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Recopilación de datos y el muestreo

Se formuló la matriz de consistencia donde se define en resumen el problema general y secundario, el objetivo general y específico, la hipótesis general y específica, las Variables (independiente y dependiente), las dimensiones y metodología del proyecto.

Al definir las variables de la matriz de consistencia, se procedió a definir la variable dependiente e independiente y la correspondiente operacionalización de las variables que dio lugar a la definición de las dimensiones y los indicadores, a partir de este último se formularon las preguntas que se le harán a los componentes de la población (trabajadores de las tiendas orgánicas). Una vez obtenidos las preguntas y ser aprobados se procedió a encuestar a los componentes de la población en estudio los cuales han sido Administradores, trabajadores y vendedores de las tiendas orgánicas en Miraflores.

Al contar con los datos, se procedió a formular una tabla de Excel para recopilar en resumen los resultados y poderlos evaluar en el programa SPSS 26 y obtener las tablas de datos.

2. Análisis unitarios de los datos univariados

2.1 Tablas de frecuencia univariadas para cada una de las preguntas

Se presenta a continuación las preguntas, tabla de frecuencia, gráfico y descripción de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

Encuesta Tiendas Orgánicas

Se encuestó a personal de las Tiendas Orgánicas obteniendo los siguientes resultados:

Género

		Género			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Femenino	29	96.7	96.7	96.7
	Masculino	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Tabla 1: Elaboración propia – Genero del personal encuestado de tiendas orgánicas

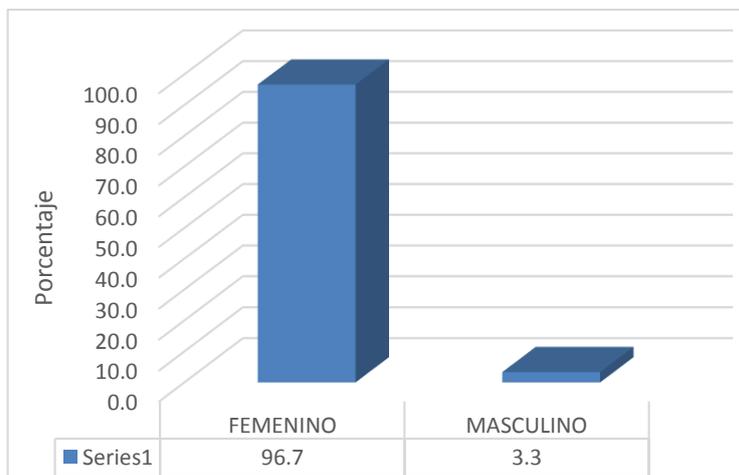


Figura 1: Elaboración propia- Distribución porcentual del cargo de personal encuestado de tiendas Orgánicas

En las Tiendas orgánicas, podemos observar que el personal es en un 96.7% de género femenino y 3.3% género masculino. Este dato es solo informativo, se comenta en la presente para que se haga de conocimiento los datos de personas encuestadas.

Cargo

Cargo		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Administradora	6	20.0	20.0	20.0
	Asistente administrativo	1	3.3	3.3	23.3
	Encargada de compras	7	23.3	23.3	46.7
	Nutricionista	1	3.3	3.3	50.0
	Vendedora	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	100.0

Tabla 2. Elaboración propia – Cargo del personal encuestado en tiendas orgánicas

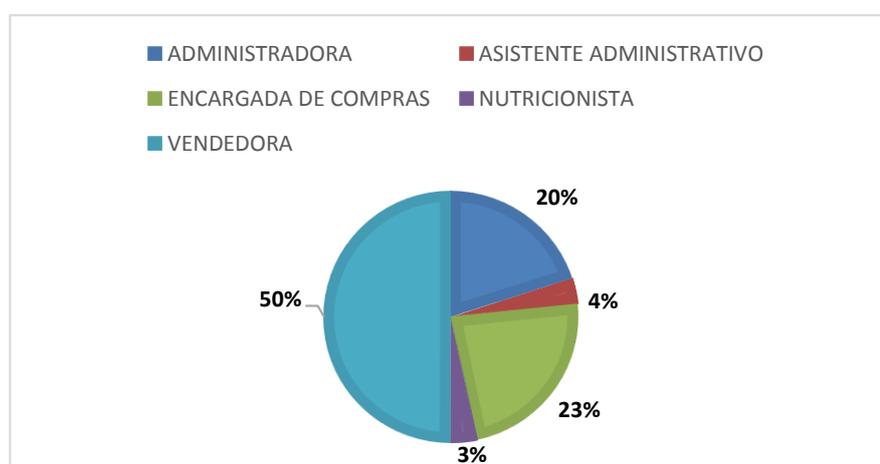


Figura 2: Elaboración propia- Distribución porcentual de cargos del personal que trabaja en tiendas orgánicas que fueron encuestados

Se encuestó a trabajadores de las 13 Tiendas Orgánicas, de los cuales el 50% fueron vendedores, el 20% Administradores, 4% Asistente administrativo, 23% encargados de compras y 3% nutricionistas. Este dato es solo informativo, se comenta en la presente para que se haga de conocimiento los datos de personas encuestadas.

Pregunta N 1: ¿Vende Vitamina B12 en su tienda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	28	93.3	93.3	93.3
	No	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Tabla 3: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 1

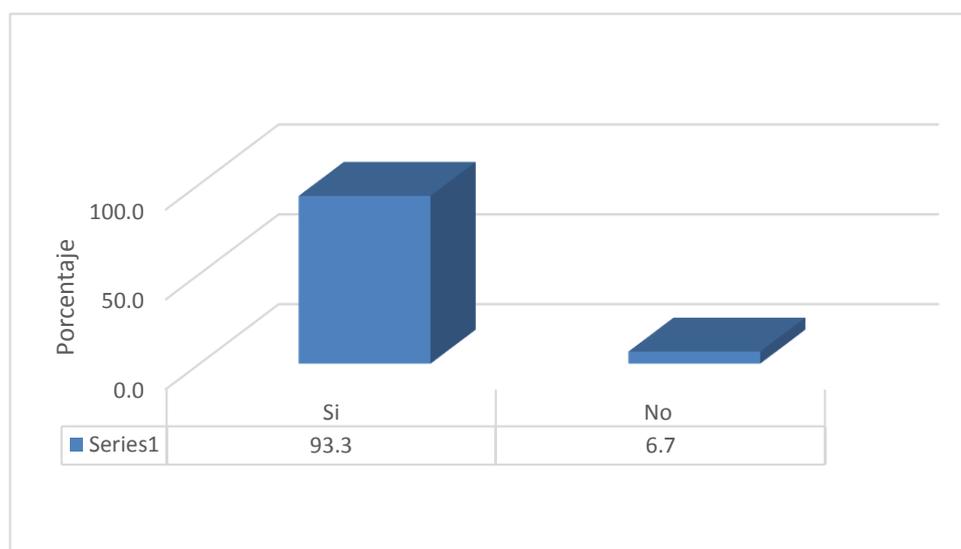


Figura 3: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 1

Como podemos apreciar en la Figura 3, el 93,3% de las tiendas orgánicas venden vitamina B12 y el 6,7% no vende vitamina B12. Con este resultado podemos precisar que si existe la necesidad del producto de vitamina B12.

Pregunta N 2: En promedio, ¿Cuántos frascos de Vitamina B12 en presentación de 60 capsulas venden por semana?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	2	6.7	6.7	6.7
	De 3 A 5	11	36.7	36.7	43.3
	De 6 A 9	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Tabla 4: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 2

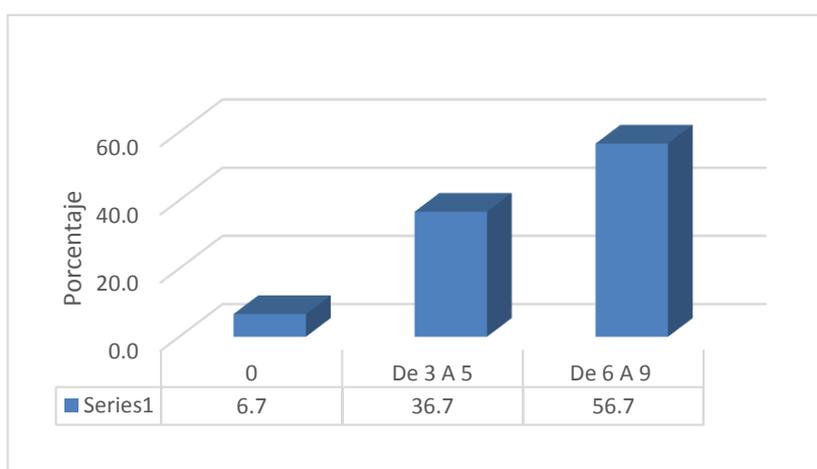


Figura 4: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 2

Como podemos observar en la Figura 4, la venta de Vitamina B12 en presentación de 60 capsulas (presentación existente en tiendas) es en 56.7% en 6 a 9 unidades y 36.7% de 3 a 5 unidades. El 6.7% en este resultado es el porcentaje de respuesta no contestada a esta pregunta.

Con este resultado podemos precisar que hay una demanda de Vitamina B12. Si por semana se vende de 6 a 9 unidades, mensualmente venderían de 24 a 36 unidades y si su venta es de 3 a 5 unidades, mensualmente venderían de 12 a 20 unidades.

Pregunta N 3: ¿Consideraría la posibilidad de vender Vitamina B12 Orgánica en presentación en Spray?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	14	46,7	46,7	46,7
	De acuerdo	14	46,7	46,7	93,3
	Indeciso	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 5: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 3

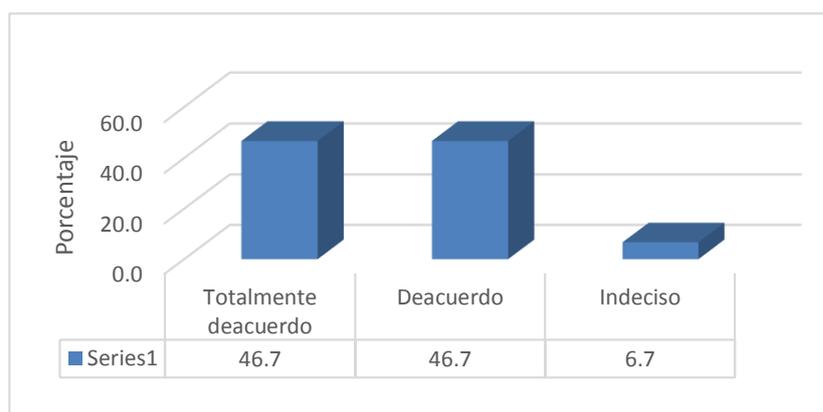


Figura 5: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 3

Como podemos observar en la figura 5, el 46,7% está totalmente de acuerdo y De acuerdo y el 6,7% se encuentra indeciso con la posibilidad de vender Vitamina B12 orgánica en presentación en Spray, con lo cual podemos inferir que la intención de compra es de un 93,4 %.

Pregunta N 4: ¿Considera que la demanda de Vitamina B12 en spray tendría mayor interés que la presentación en capsulas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	2	6,7	6,7	6,7
	Casi siempre verdad	3	10,0	10,0	16,7
	Usualmente verdad	25	83,3	83,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 6: Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 4

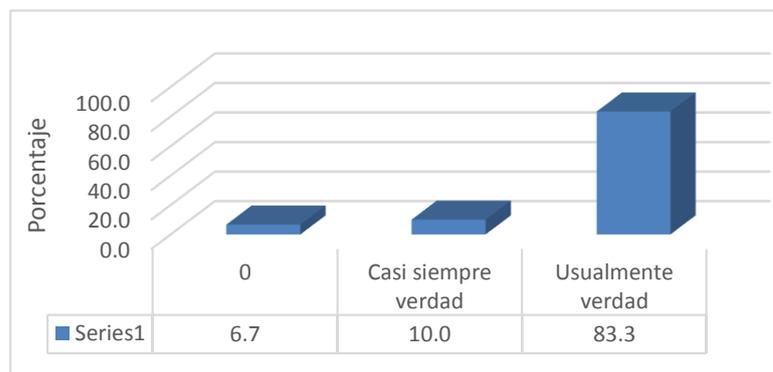


Figura 6: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 4

Como se puede apreciar en la Figura 6, el 83,3 % indica que es Usualmente verdad y el 10% indica que es Casi siempre verdad que la demanda de Vitamina B12 en Spray tendría mayor interés que la presentación en capsulas. El 6,7% es el porcentaje de respuesta no contestada a esta pregunta. Podemos concluir con estos resultados que la aceptación de esta nueva presentación en el mercado sería de un 93,3%.

Pregunta N 5: ¿Consideraría la necesidad de contar con productos de certificación orgánica, como la vitamina B12 en spray?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	16	53,3	53,3	53,3
	Importante	12	40,0	40,0	93,3
	Moderadamente importante	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 7 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 5

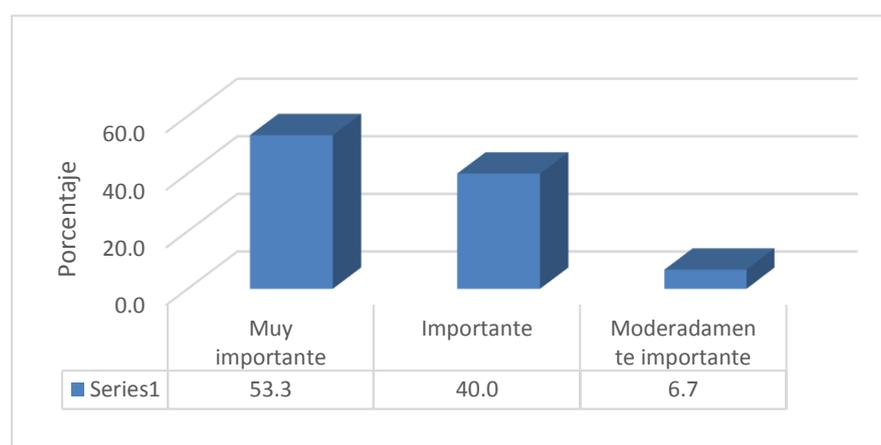


Figura 7: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 5

Como se puede apreciar en la Figura 7, el 53,3 % considera Muy importante, el 40% Importante y el 6,7 % considera Moderadamente importante contar con productos de certificación orgánica, como la vitamina B12 en spray, con lo cual podemos inferir en la importancia de contar con productos de certificación orgánica para el abastecimiento de Tiendas Orgánicas en Miraflores.

Pregunta N 6: ¿La vitamina B12 que vende en su tienda es importada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	2	6,7	6,7	6,7
	Si	26	86,7	86,7	93,3
	No	2	6,7	6,7	6,7
Total		30	100,0	100,0	

Tabla 8 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 6

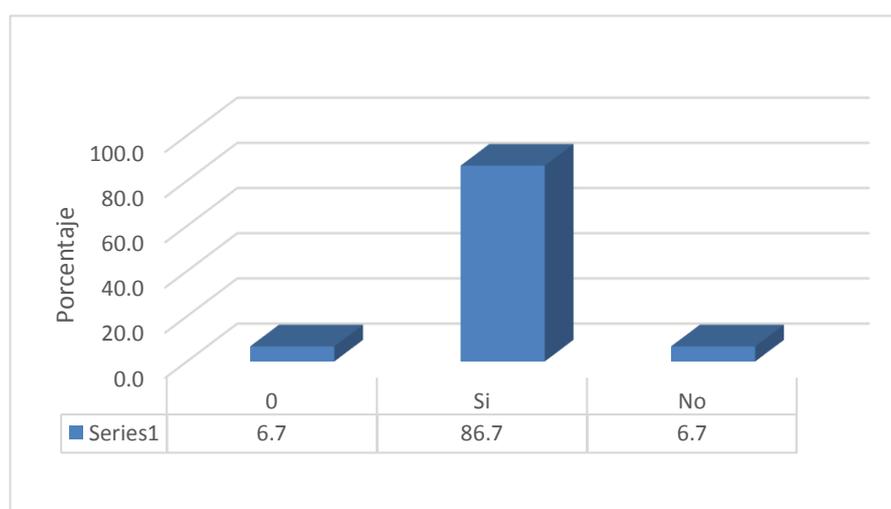


Figura 8: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 6

Como podemos observar en la pregunta 6, el 86,7% indica que vitamina B12 que vende en su tienda es importada, el 6,7% indica que no y el 6,7% es el resultado de respuesta no contestada. Con estos resultados podemos precisar que las tiendas orgánicas si adquieren productos importados y no hay inconveniente con ellos.

Pregunta N 7: Los productos importados que tiene en su tienda, ¿Considera que son de mayor costo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	2	6,7	6,7	6,7
	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	13,3
	De acuerdo	2	6,7	6,7	20,0
	Indeciso	6	20,0	20,0	40,0
	En desacuerdo	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 9 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 7

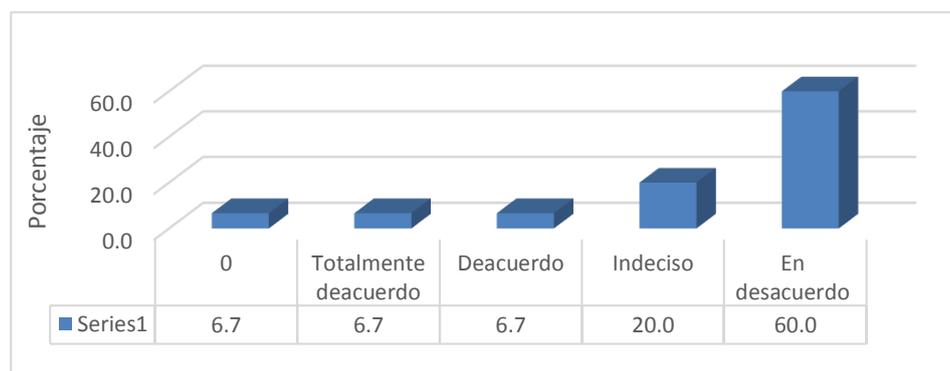


Figura 9: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 7

Como podemos apreciar en la pregunta 7, el 60% se encuentra en Desacuerdo, el 20% está indeciso, el 6,7 % está De acuerdo, el 6,7% está Totalmente de acuerdo con que los productos importados que tiene en su tienda son de mayor costo con lo cual podemos inferir el costo de productos importados no es mayor, por lo cual son aceptados en el mercado y específicamente para el abastecimiento de tiendas orgánicas en Miraflores.

Pregunta N 8: ¿Consideraría tener una línea de suplementos orgánicos que sean importados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	11	36,7	36,7	36,7
	Importante	15	50,0	50,0	86,7
	De poca importancia	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 10 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 8

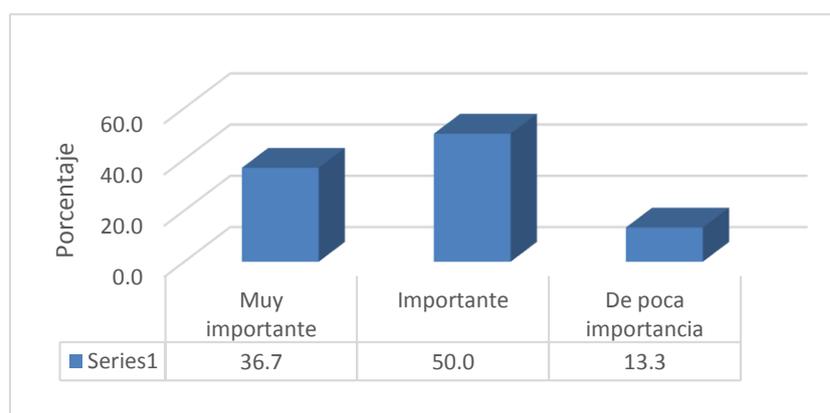


Figura 10: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 8

Como podemos observar en la pregunta 8, el 36,7% considera Muy importante tener una línea de suplementos orgánicos que sean importados para el abastecimiento de su tienda, con lo cual podemos inferir el interés de compra de este nuevo producto en el mercado Vitamina B12 orgánica en Spray.

Pregunta N 9: ¿Le gustaría contar con mayores presentaciones de vitamina B12?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	2	6,7	6,7	6,7
	Muy importante	11	36,7	36,7	43,3
	Importante	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 11 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 9

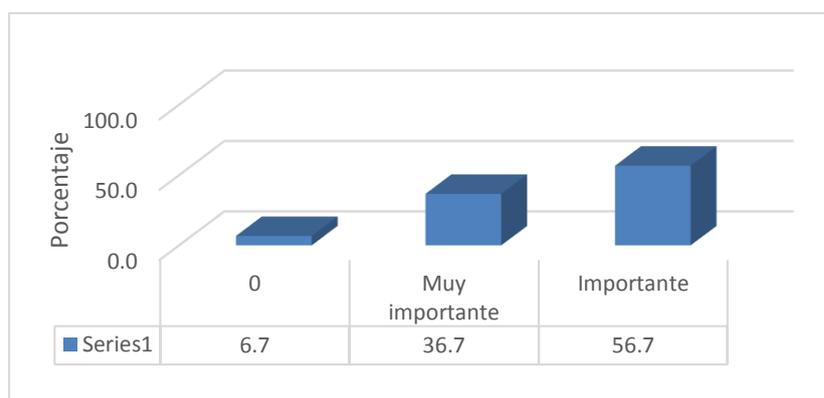


Figura 11: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 9

Como podemos apreciar en la Figura 11, el 56,7% considera Importante y el 36,7% Muy importante tener mayores presentaciones de vitamina B12, con lo que se puede concluir que un 93,4% de las tiendas orgánicas les gustaría tener la nueva presentación de Vitamina B12 en Spray teniendo así nuevamente con este resultado un porcentaje alto de interés para la introducción de este producto en el mercado.

Pregunta N 10: ¿Consideraría tener vitamina B12 en presentación en Spray, sabor frambuesa en el stock de sus productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	28	93,3	93,3	93,3
	De poca importancia	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 12 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 10

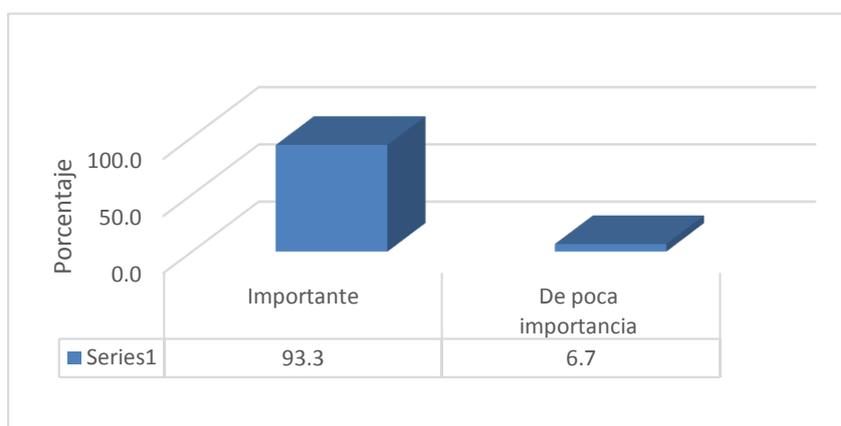


Figura 12: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 10

Como podemos apreciar en la Figura 12, el 93,3% considera Importante contar con la presentación de Vitamina B12 en presentación en Spray sabor Frambuesa en el Stock de sus productos con lo que podemos concluir nuevamente que si habría interés en el producto.

Pregunta N 11: ¿La empresa que le abastece de Vitamina B12, cuenta siempre con el stock necesario para el abastecimiento de su tienda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	2	6,7	6,7	6,7
	Usualmente verdad	25	83,3	83,3	90,0
	Ocasionalmente verdad	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 13 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 11

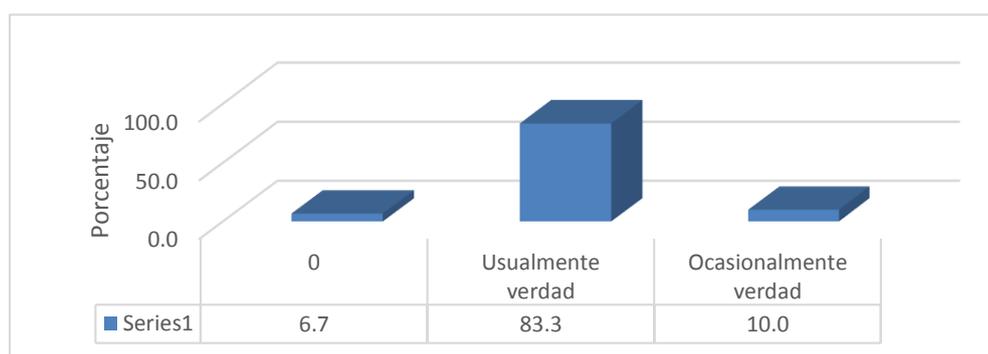


Figura 13: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 11

Como podemos observar en la figura 13, el 83,3% indica que es Usualmente verdad que la empresa que le abastece de Vitamina B12 cuenta con el stock necesario para el abastecimiento de su tienda, con lo que podemos concluir que los competidores si cuentan con el stock necesario para abastecer oportunamente a las tiendas orgánicas ubicadas en Miraflores, no pudiendo considerar este punto en contra de la competencia.

Pregunta N 12: ¿Que punto considera necesario en sus proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Calidad de Productos	8	26,7	26,7	26,7
	Gama de productos	6	20,0	20,0	46,7
	Buen precio	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 14 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 12

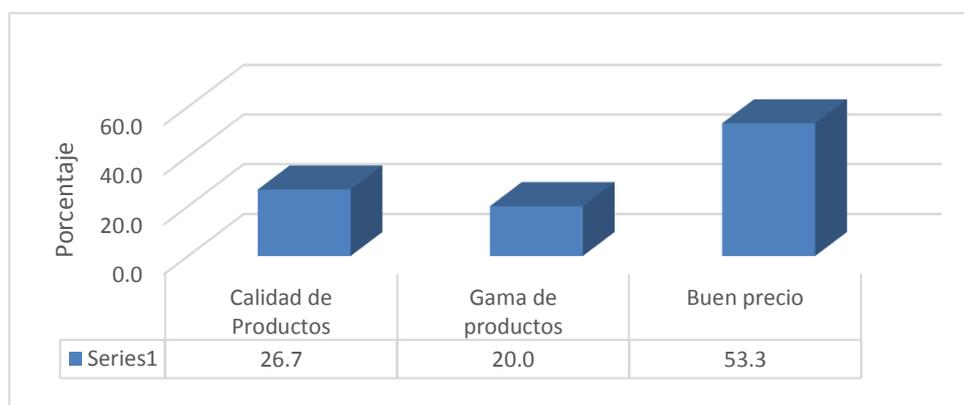


Figura 14: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 12

Como podemos observar en la Figura 14, el 53,3% considera necesario en sus proveedores el buen precio, el 26,7% Calidad de productos y el 20% la gama de productos. Con estos resultados podemos precisar la necesidad de las tiendas para poder tomarlas en cuenta al establecer la diferenciación entre la nueva empresa proveedora y proveedores actuales.

Pregunta N 13: ¿Cuándo se queda sin stock de vitamina B12 su proveedor le abastece en menos de 24 horas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 0	2	6,7	6,7	6,7
Usualmente verdad	11	36,7	36,7	43,3
Ocasionalmente verdad	17	56,7	56,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Tabla 15 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 13

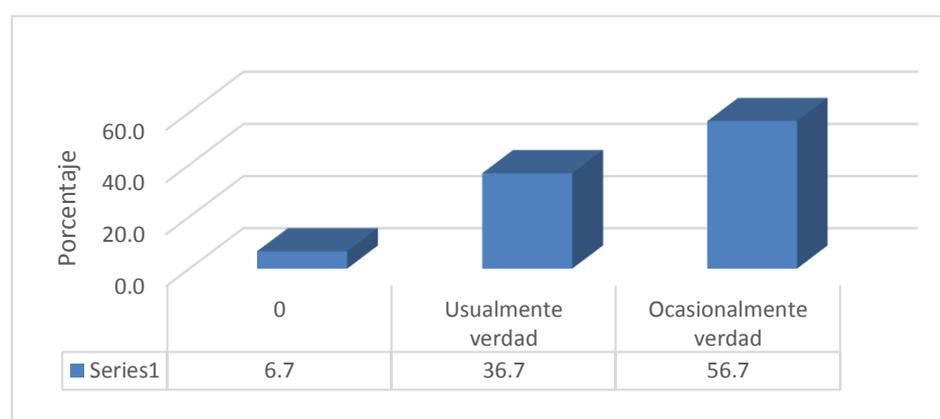


Figura 15: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 13

Como podemos apreciar en la Figura 15, el 56,7% indica que es Ocasionalmente verdad, el 36,7% que es Usualmente verdad que cuando se queda sin stock de Vitamina B12 su proveedor le abastece en menos de 24 horas, con lo cual podemos precisar que los proveedores existentes de Vitamina B12 tienen siempre stock, por lo que sería necesario que nuestra empresa cuente con esa misma capacidad.

Pregunta N 14: ¿Cuenta con su propio asesor de venta/comercial (Representante de la empresa proveedora)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre verdad	3	10,0	10,0	10,0
	Usualmente verdad	23	76,7	76,7	86,7
	Ocasionalmente verdad	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 16 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 14

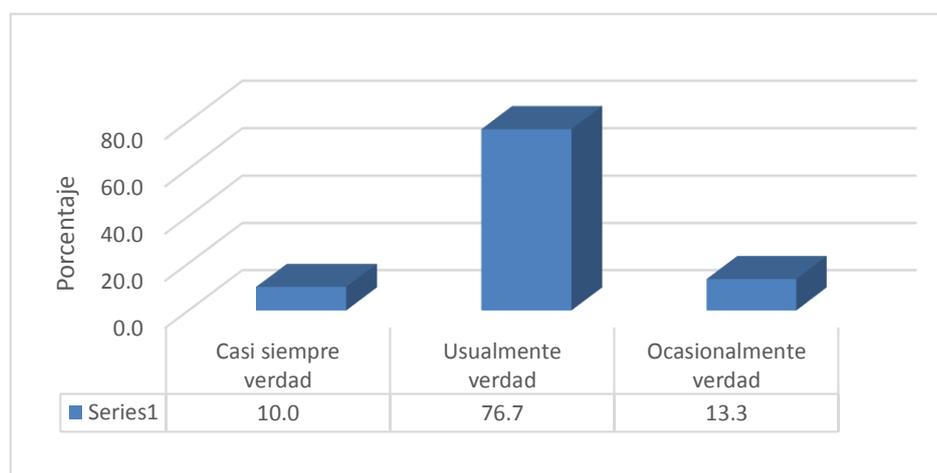


Figura 16: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 14

Como podemos observar en la Figura 16, el 76,7% indica que es Usualmente verdad que sus empresas proveedoras les brindan un asesor comercial, el cual estará efectuando la labor de gestionar el abastecimiento de sus productos según lo requieran, con lo que podemos concluir que si se efectuara el proyecto deberíamos contar con un representante comercial que sería el nexo entre la tienda orgánica y la empresa.

Pregunta N 15: ¿Considera que es importante para una buena gestión de abastecimiento, el contar con un asesor de venta de la empresa proveedora?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	6	20,0	20,0	20,0
	Importante	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 17 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 15

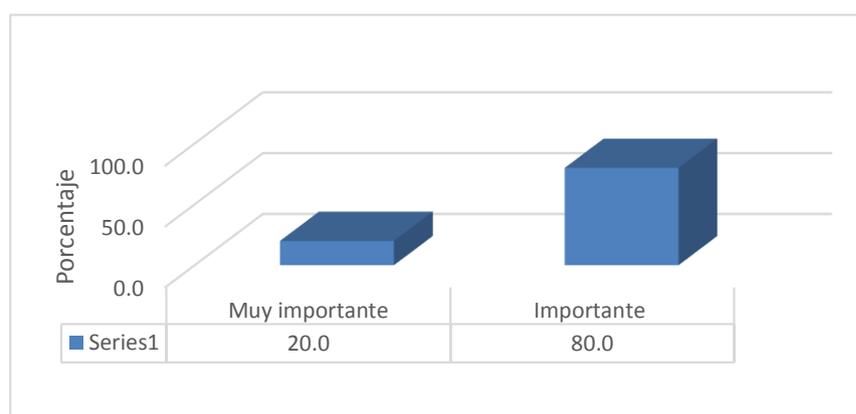


Figura 17: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 15

Como podemos observar en la figura 17, el 80% considera importante y el 20% Muy Importante el contar con un asesor comercial de la empresa proveedora. Con este resultado damos fuerza a la conclusión de la pregunta N 15: Si se efectuara el proyecto deberíamos contar con un representante comercial que sea el nexo entre la tienda orgánica y la empresa.

Pregunta N 16: ¿Su proveedor cuenta con información del producto a venderle?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente verdad	16	53,3	53,3	53,3
	Ocasionalmente verdad	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 18 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 16

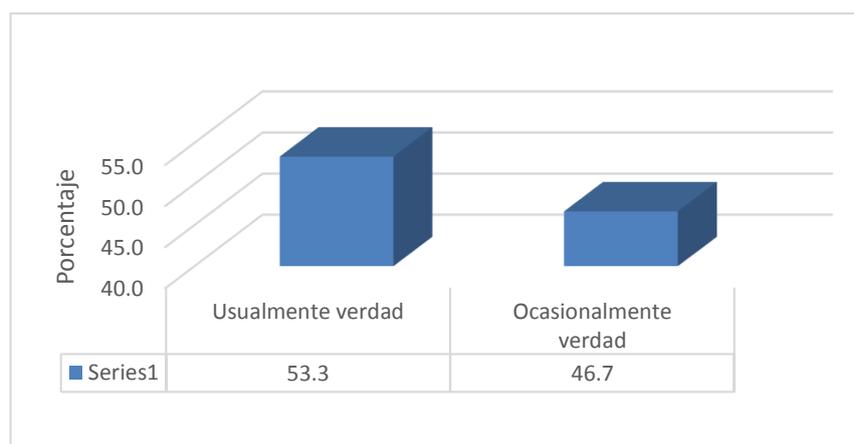


Figura 18: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 16

Como podemos observar en la Figura 18, el 53,3% indica que es Usualmente verdad y el 46,7% que es Ocasionalmente verdad que su proveedor cuenta con información del producto a venderle, con lo que podemos definir que es importante mantener capacitado a la empresa de los productos de los cuales se abastece, un punto adicional a considerar por si se inicia el proyecto.

Pregunta N 17: ¿Le gustaría que su proveedor le brindara mayor información sobre los beneficios del producto a venderle?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi siempre verdad	11	36,7	36,7	36,7
Usualmente verdad	17	56,7	56,7	93,3
Ocasionalmente verdad	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Figura 19: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 17

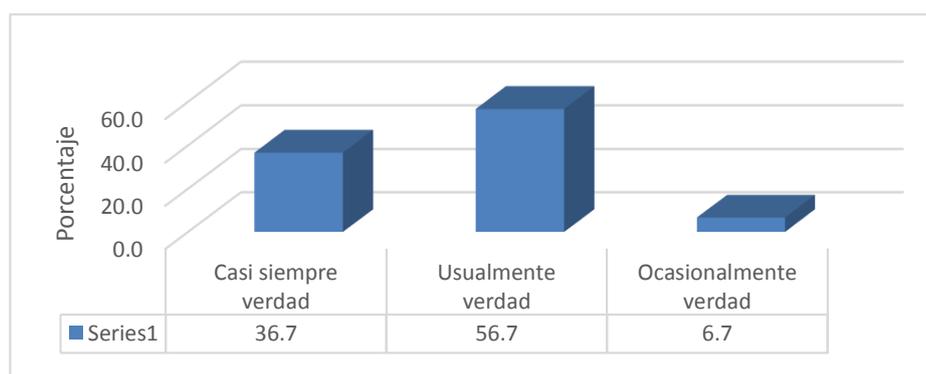


Figura 19: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 17

Como podemos apreciar en la figura 19, el 56,7% considera que es Usualmente verdad, el 36,7% considera Casi siempre verdad que su proveedor le brinde mayor información sobre los beneficios del producto a venderle, con lo que podemos definir un punto adicional si es que el proyecto llegara a realizarse. Capacitación y material del producto abastecido.

Pregunta N 18: Su proveedor cuenta con certificaciones como: ¿Certificación orgánica, certificado de buenas prácticas, entre otros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente verdad	11	36,7	36,7	36,7
	Ocasionalmente verdad	9	30,0	30,0	66,7
	Usualmente no verdad	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 19 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 18

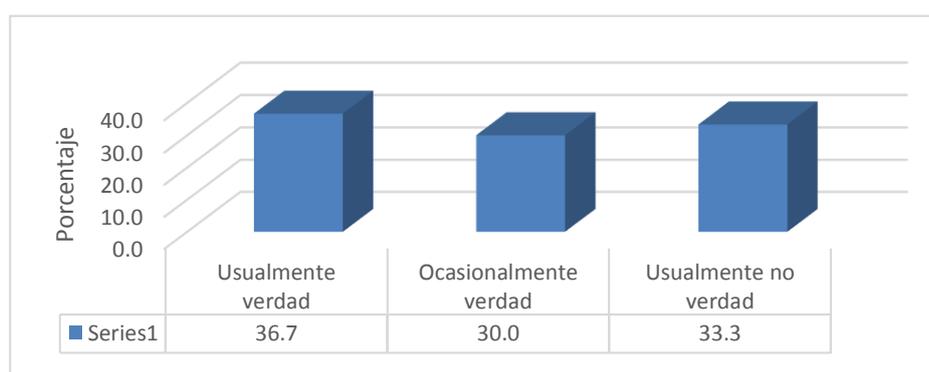


Figura 20: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 18

Como podemos apreciar en la Figura 20, el 36,7% indica que el 36,7% de los productos que vende cuenta con certificaciones como: Certificación Orgánica, Certificado de buenas prácticas entre otros, con lo que podemos concluir que a pesar que son llamadas “Tiendas Orgánicas” no cuentan con productos con certificación Orgánica y las empresas proveedoras no tienen la certificación de buenas prácticas. Por lo que contar con una empresa proveedora de productos con certificación.

Pregunta N 19: ¿Considera importante que sus proveedores cuenten con estas certificaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	28	93,3	93,3	93,3
	Importante	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Tabla 21 - Elaboración propia- Distribución numérica de la pregunta 19

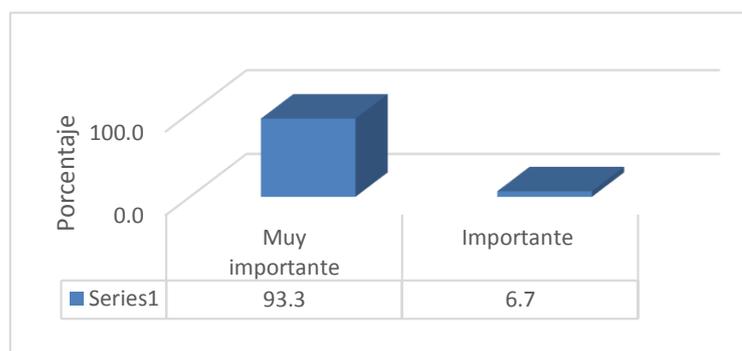


Figura 21: Elaboración propia- Distribución porcentual de la pregunta 19

Como podemos apreciar en la Figura 21, el 93,3% considera Muy importante que sus proveedores cuenten con certificaciones, con lo que podemos definir que a pesar que como vimos en la pregunta anterior el 36,7% de sus productos cuentan con certificación, el 93,3% considera Muy importante que tengan certificación, por lo que da a entender que si existiera una empresa que les previera de productos orgánicos no dudarían en abastecer su tienda con ellos.

3. Contraste de Hipótesis

El presente Proyecto cuenta con una Hipótesis general y cinco hipótesis específicas, cuya validez las debemos contrastar con los datos recopilados en la muestra.

Consideramos que se ha ejecutado una encuesta con 8 preguntas para la variable independiente y 11 preguntas para la variable dependiente, todas ellas con respuesta tipo Likert, con 5 categorías tanto para las preguntas de la variable independiente y para las preguntas de la variable dependiente. Para probar las hipótesis de trabajo de la tesis, debemos hacer $8 \times 11 = 88$ cruces de variables, generando igual número de tablas de contingencia o tablas de frecuencias bidimensionales, de la forma:

	Muy importante	Importante	Moderadamente importante	De poca importancia	Sin importancia	Total
Totalmente de acuerdo	n11	n12	n13	n14	n15	n1+
De acuerdo	n21	n22	n23	n24	n25	n2+
Indeciso	n31	n32	n33	n34	n35	n3+
En desacuerdo	n41	n42	n43	n44	n45	n4+
Totalmente en desacuerdo	n51	n52	n53	n54	n55	n5+
Total	n+1	n+2	n+3	n+4	n+5	30

Tabla 22: Elaboración propia, contraste de hipótesis

Dónde:

n_{ij} es la frecuencia (contadas) que ocurren en la categoría i de la pregunta de la variable independiente X y j de la pregunta de la variable dependiente Y Con

$$n_{i+} = \sum_j n_{ij}, \quad n_{+j} = \sum_i n_{ij}, \quad n_{++} = \sum_i \sum_j n_{ij},$$

Figura 22: Formula para hallar contraste de hipótesis

Por ejemplo:

P09 ¿Le gustaría contar con mayores presentaciones de vitamina B12?

		Muy importante	Importante	Moderadamente importante	De poca importancia	Sin importancia	Total
P03 ¿Consideraría la posibilidad de vender Vitamina B12 Orgánica en presentación en Spray?	Totalmente de acuerdo	0	9	5	0	0	14
	De acuerdo	0	2	12	0	0	14
	Indeciso	2	0	0	0	0	2
	En desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Total		2	11	17	0	0	30

Tabla 23: Elaboración propia, Tabla Cruzada de la P03 y P09

Para probar las hipótesis del trabajo de la tesis, debemos realizar $8 \times 11 = 88$ pruebas de hipótesis, por ejemplo, del cruce de la P03 de la variable independiente y la pregunta P09 de la variable dependiente, de la forma:

3.1 Planteamiento de la hipótesis:

La prueba de la hipótesis para la tabla de contingencia, resultante del cruce de las variables P03 y P09, es:

Hipótesis nula:

H₀: El concepto medido en la pregunta de la variable independiente P03 es independiente del concepto medido en la pregunta de la variable dependiente P09.

Hipótesis alternativa:

H₁: El Concepto medido en la pregunta de la variable dependiente P09 está asociado con el concepto en la pregunta de la variable independiente P03.

3.2 La estadística de test:

Para verificar la validez de la hipótesis se requiere hacer uso de la estadística de test de la chi- cuadrado de Pearson, que compara las frecuencias observadas n_{ij} y las frecuencias esperadas o teóricas m_{ij} :

$$\chi_0^2 = \sum_{i=1}^R \sum_{j=1}^S \frac{(n_{ij} - m_{ij})^2}{m_{ij}} \sim \chi_{\{(R-1)(S-1)gl\}}^2$$

Figura 23: Formula de la Chi- cuadrado

En el caso de la tabla de contingencia del ejemplo anterior, con el SPSS podemos calcular el valor de la estadística de test del ejemplo, que mostramos en el siguiente cuadro:

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	37,861a	4	0,000

Tabla 24: Elaboración propia- Resultado Prueba chi- cuadrado P03 y P09

3.3 La región de aceptación y de rechazo de la hipótesis nula

Asumiendo un nivel de significación de $\alpha\% = 5\%$, de la tabla chi- cuadrado podemos obtener el valor crítico $\chi^2(0.05, 4gl) = 0,000$, con el que podemos construir las regiones de rechazo (RR) y de aceptación (RA) de la hipótesis nula, como se muestra en el siguiente gráfico:

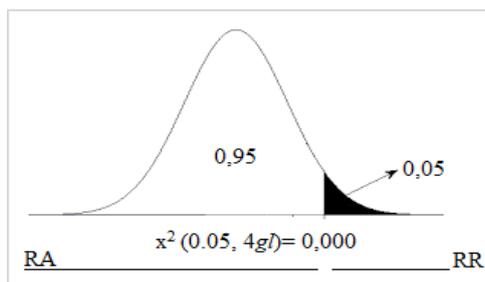


Figura 24: Elaboración propia-Gráfica representativa de resultado de prueba chi - cuadrado P03 y P09

3.4 Regla de decisión

Este proceso de pruebas de hipótesis se realizará con cada una de las 88 tablas de contingencia que se pueden construir con los datos de muestreo, donde el resultado de los contrastes lo podemos mostrar en una tabla de la siguiente forma:

DIMENSIONES		P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
Demanda	P01	XXX	XXX	XXX		XXX	XXX					XXX
Demanda	P02	XXX	XXX	XXX		XXX	XXX					XXX
Demanda	P03	XXX	XXX	XXX		XXX	XXX			XXX	XXX	XXX
Demanda	P04	XXX	XXX	XXX		XXX						XXX
Demanda	P05	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX					XXX
Proceso de importación	P06	XXX	XXX	XXX		XXX	XXX			XXX		XXX
Evaluación de referencia	P07	XXX		XXX	XXX	XXX						
Evaluación de referencia	P08	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX			XXX	XXX	XXX

Figura 25: Elaboración propia -Regla de decisión, prueba de hipótesis.

Se puede observar la asociación de cada una de ellas y solo se toma en cuenta para el análisis las que han tenido como resultado menor o igual a 0.05 marcándolas con XXX.

3.5 Discusión de Resultado

A continuación, se presenta el análisis del punto 3.3:

Hipótesis específica 1: El abastecimiento de tiendas orgánicas ubicadas en Miraflores está asociada con la demanda del producto conforme se ejecuten las actividades relacionadas con la demanda del producto por las tiendas, entre ellas la pregunta 3 ¿Consideraría la posibilidad de vender Vitamina B12 Orgánica en presentación en Spray? y la pregunta 5 ¿Consideraría la necesidad de contar con productos de certificación orgánica, como la vitamina B12 en spray? con lo que podemos lograr un adecuado abastecimiento a los puntos de venta destacando la Pregunta 9 ¿Le gustaría contar con mayor presentaciones de vitamina

B12?, la pregunta 10 ¿Consideraría tener vitamina B12 en presentación en Spray, sabor frambuesa en el stock de sus productos?, la pregunta 11 ¿La empresa que le abastece de Vitamina B12, cuenta siempre con el stock necesario para el abastecimiento de su tienda?, la pregunta 13 ¿Cuándo se queda sin stock de vitamina B12 su proveedor le abastece en menos de 24 horas? y la pregunta 19 ¿Considera importante que sus proveedores cuenten con estas certificaciones?.

Hipótesis específica 2: El abastecimiento está asociado al proceso de importación, siempre que el proveedor venda a las tiendas productos importados.

Hipótesis específica 3: El abastecimiento está asociado con la evaluación de referencia siempre que se ejecuten trabajos de referencia, entre ellas el hecho que productos de su tienda sean de mayor costo como la pregunta 7 ¿Los productos importados que tiene en su tienda, considera que son de mayor costo? y pregunta 8 ¿Consideraría tener una línea de suplementos orgánicos que sean importados?

Hipótesis General: El abastecimiento está asociado con la importación de Vitamina B12 dado que se han verificado la Hipótesis 1,2 y 3, habríamos verificado de manera inmediata la Hipótesis General.

4.Propuesta Estratégica

Con el presente proyecto se busca abastecer a las tiendas orgánicas ubicadas en Lima-Perú con productos con certificación orgánica, así mismo se busca saber si llegaría a ser rentable y factible la importación de los suplementos orgánicos.

El estudio inicia analizando la importación del suplemento orgánico- Vitamina B12 en spray de la empresa Garden of Life. A continuación, se mencionará todos los requisitos para hacer posible el proyecto:

4.1 Elección de producto

Se inicia evaluando que empresa en el extranjero tiene productos de alta calidad con certificación orgánica para ser principal abastecedor de las tiendas orgánicas en Miraflores-Lima-Perú.

Luego del estudio se concluye que la empresa idónea es Garden of Life ubicada en EEUU. Garden of life cuenta con una extensa familia de agricultores orgánicos que los proveen de frutas frescas, vegetales y hierbas que forman parte de sus insumos en sus productos. Así mismo cuenta una línea extensa de productos como: Probióticos, proteína, vitaminas, herbarios, productos para la diabetes, digestión, salud para el cerebro, entre otros, los cuales cuentan con las siguientes certificaciones: USDA orgánicos, Proyecto NON GMO Verificado, Certificado vegano, Certificado sin gluten, NSF libre de gluten, entre otros.

Para dar inicio al proyecto se define que el producto idóneo es la Vitamina B12 en spray, debido a que como se indica, esta es una vitamina muy importante para todas las personas y sobre todo para aquellas que optan por un estilo de vida saludable.

La Vitamina B12 en Spray de Garden of Life, es un aerosol con sabor a frambuesa hecho con alimentos orgánicos y hierbas. Un puf diario administra 500 mcg (8333 % DV) de Vitamina B12 para respaldar la energía y el metabolismo. El producto cuenta con la certificación USDA ORGANIC y NON GMO PROJECT VERIFIED y está hecho en forma de metilcobalamina lo cual genera mejor absorción y retención dentro de los tejidos (metabolizada por el hígado, cerebro y sistema nervioso). La presentación es de 58 ml (2 oz) (Apéndice A).

4.2 Elección de distrito

El proyecto iniciara con el distrito de Miraflores, este es conocido como un distrito saludable, promueve las actividades físicas siendo parte de eventos como “La semana del bienestar” las cuales son actividades gratuitas a los cuales los ciudadanos pueden participar, tiene programas como “Punto saludable en instituciones educativas” donde se busca controlar el incremento del sobrepeso y obesidad (página oficial de la Municipalidad de Miraflores), cuenta con una diversidad de restaurantes, tiendas y ferias naturales donde se promueve un estilo de vida saludable.

Miraflores cuenta con una población de 85,065 habitantes de los cuales 47,242 son mujeres y 37,823 son hombres (Pagina oficinal Municipalidad de Miraflores). Esta cantidad constituye el 1 % del total de Lima Metropolitana y el 0,3% a nivel de todo el país generando una densidad poblacional de 8,843 habitantes por km2 según Censo Nacional 2007- (Apéndice B).

Miraflores cuenta con una variedad de restaurantes, tiendas y ferias orgánicas. (Apéndice C) que podrían ser los posibles compradores de los productos a importar.

4.3 Proceso de Importación

a. Contar con Proveedor

Hubo contacto con la empresa Garden of life ubicada en Estados Unidos (Central) para que puedan brindar una exclusividad aquí en Lima, para ser sus únicos distribuidores. La empresa cuenta con una sección en su página web para la asociación, tienen tres opciones:

Retailer

Dirigido a tiendas en todo el mundo. Les ofrecen una amplia línea de ofertas y numerosos beneficios de asociación.

Health care Professional

Dirigido para profesionales de la salud. Les ofrecen descuento de mayoristas.

Online Retailer

Dirigidos a tiendas online. Les ofrecen descuentos especiales.

La opción que se ajustó al proyecto es Retailer. Se contactó a la empresa y esta respondió que por el momento no sería posible una asociación debido a que no estaban aperturando ninguna cuenta, sin embargo, brindaron los datos de tres de sus sucursales ubicadas en centro América, las cuales son Alimentos orgánicos, Orgánica y Greenery Productos Orgánicos (Apéndice D) para ver si ellos nos podrían proveer de las vitaminas.

Al contactarlos solo se obtuvo la respuesta de la empresa **Orgánica** (Verdi- Holding Group) ubicada en Panamá, por lo que ellos serían nuestros proveedores. El requisito que solicitan es un pedido mínimo de \$500 dólares americanos (Apéndice E).

b. Creación de empresa Importadora- Droguería

Para dar inicio con la Importación, comercialización, almacenamiento y/o distribución de productos farmacéuticos, dispositivos médicos o productos sanitarios (incluye cosméticos) la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) solicita la Autorización de Registro Sanitario, constitución de una empresa ante SUNAT y registrarse ante DIGEMID como Droguería.

4.4 Constitución de una Droguería

El Reglamento (D.S. N^o 016-2019-SA) titulado *Reglamento de Establecimiento Farmacéuticos*, comenta que una Droguería es una empresa que se dedica a la importación, comercialización, almacenamiento o distribución de: Productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios. Para establecer una Droguería debe seguir los siguientes pasos:

1. Construir una empresa y contar con un RUC (SUNARP, SUNAT, MUNICIPALIDAD) tanto personas jurídicas como personas naturales.
2. Contar con los servicios de un químico farmacéutico profesional (Asesor en temas regulatorios), quien tomara el cargo de director técnico de la Droguería.
3. Debe contar con un local que cuente con una oficina administrativa y un área de almacén.

Una vez cubierto estos tres principales requisitos, por intermedio del Formato A-2 (Apéndice F) – (TUPA 136), puede gestionar el registro de Droguería.

El monto a abonar por derecho a trámite es de S/ 475.40 soles el cual se realizará en el Banco de la Nación, a la tasa de salud 6556.

La documentación deberá ser ingresada por mesa de partes de la institución (Av. Parque de las Leyendas N°246 – San Miguel – Lima; Horario de Atención: 8.30 a 4.30). El trámite está sujeto a inspección y el tiempo de evaluación es de aproximadamente un mes.

En el caso sea aprobada la solicitud, se le entregará una Resolución Directoral de inicio de funcionamiento de droguería, haciéndole entrega a su vez una certificación de buenas prácticas de almacenamiento por seis meses, de la cual deberá solicitar nueva certificación posteriormente antes del vencimiento.

Una vez registrado como droguería, el establecimiento farmacéutico puede iniciar actividades y el químico farmacéutico puede gestionar los registros sanitarios de los productos que desea importar o solicitar los certificados de registro sanitario cuando el producto ya se cuente con registro sanitario en el país a través de la plataforma VUCE.

c. Contar con Registro Sanitario del producto

La Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) indica lo siguiente para la Autorización Sanitaria de Funcionamiento o Traslado de Droguería y Traslado de almacenes de droguería (de ámbito de Lima Metropolitana) (Procedimiento N^a

136 del TUPA- MINSA)- Requisitos para tener la autorización sanitaria de un producto son los siguientes:

1. Solicitud de autorización con carácter de Declaración Jurada, según formato único FNSOC-001. (Apéndice G).
2. Croquis de ubicación del establecimiento.
3. Croquis de distribución interna del establecimiento y del almacén, indicando el volumen útil de almacenamiento máximo en metros cúbicos por cada área, exclusiva o compartida y las áreas destinadas a productos o dispositivos que requieren condiciones especiales de almacenamiento, cuando corresponda, en formato A-3.
4. Autorización emitida por el Instituto Peruano de Energía Nuclear-IPEN, para el caso de droguerías que importan o comercializan equipos biomédicos de tecnología controlada que emitan radiaciones ionizantes.
5. Copia del certificado de habilidad profesional del Director técnico y de los profesionales Químico Farmacéuticos asistentes.
6. Copia del contrato de servicio de almacenamiento y/o distribución, cuando corresponda.
7. Pago por derecho de trámite.

Para el caso de una droguería que cuente con área de laboratorio de control de calidad, el interesado debe presentar, además, lo siguiente:

1. En el formato de solicitud, nombre y número de colegiatura del profesional Químico Farmacéutico que se hará cargo de la jefatura de control de calidad.
2. Croquis de distribución interna del laboratorio de control de calidad indicando el nombre de las áreas, en formato A-3.
3. Copia de la licencia de zonificación.
4. Tipo de análisis a realizar.

5. Relación de equipos para el control de calidad.
6. Relación de instrumental y materiales.
7. Relación de estándares de referencia disponibles.
8. Flujograma del proceso de control de calidad de manera integral desde el ingreso de la muestra (objeto de ensayo) hasta la entrega del informe de ensayo o certificado de análisis al cliente.
9. Copia del contrato de servicio de tercero, cuando corresponda.
10. Copia del certificado de habilidad profesional del director técnico y del Jefe de Control de Calidad.

La Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) comenta en el Artículo 5°.- Registro Sanitario de Productos farmacéuticos que para la obtención del registro sanitario o dispositivo faculta a su titular para la fabricación, importación, almacenamiento, distribución, comercialización, promoción, dispensación, expendio o uso de los mismos, en las condiciones que establece el presente reglamento. Se exceptúan de este requisito los productos fabricados en el país con fines exclusivos de exportación. Todo producto o dispositivo autorizado debe reunir las condiciones de calidad, eficacia y seguridad.

El registro sanitario de un medicamento tiene una vigencia de cinco años y puede ser renovado por periodos iguales o sucesivos.

En el Artículo 39.- Registro Sanitario de Especialidades Farmacéuticas indica que el registro sanitario de especialidades farmacéuticas se otorga por nombre, forma farmacéutica, cantidad de ingrediente farmacéutico activo-IFA (expresado en unidad de dosis o concentración), fabricante y país, tomando en cuenta lo previsto en la Ley.

4.5 Estudio Financiero

Para poner el proyecto en marcha se necesita invertir en lo siguiente: Propiedad, Planta y Equipo, Activos Intangibles, Activos Diferidos y Capital de Trabajo, los cuales se detallan a continuación:

Propiedad, Planta y Equipo

En esta clasificación se detallan las inversiones para el inicio del proyecto.

Se presenta a continuación la inversión en la oficina administrativa e instalación de la Droguería, los precios fueron consultados en el portal web de Sodimac y Mercado Libre para tener una referencia de los precios:

Detalle	Cant.	Valor Unid.	Total	Total por tipo
OFICINA ADMINISTRATIVA				
MUEBLES Y ENSERES				
Escritorio	1	S/ 329,00	S/ 329,00	S/ 329,00
Sillas de escritorio	1	S/ 45,00	S/ 45,00	S/ 45,00
Sillas de recepción	3	S/ 45,00	S/ 135,00	S/ 135,00
Mueble para Archivadores	1	S/ 149,90	S/ 149,90	S/ 149,90
EQUIPOS DE OFICINA				
Calculadora	1	S/ 14,70	S/ 14,70	S/ 14,70
Tacho de basura	1	S/ 15,00	S/ 15,00	S/ 15,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Computadoras	1	S/ 599,00	S/ 599,00	S/ 599,00
Impresora	1	S/ 150,00	S/ 150,00	S/ 150,00
DROGUERIA				
MUEBLES Y ENSERES				
Estantes	5	S/ 259,00	S/1.295,00	S/1.295,00
Termohigrómetro	1	S/ 60,00	S/ 60,00	S/ 60,00
Extintores	2	S/ 99,00	S/198,00	S/ 198,00
Materiales de Limpieza	1	S/ 100,00	S/ 100,00	S/ 100,00
Botiquín de primeros auxilios	2	S/ 50,00	S/ 100,00	S/ 100,00
Mostrador	1	S/ 500,00	S/ 500,00	S/ 500,00
Silla para mostrador	1	S/ 60,00	S/ 60,00	S/ 60,00
Total				S/3.750,60

Tabla 26: Elaboración propia- Propiedad, planta y equipo

Activos Intangibles

Para la administración de la droguería será necesario contar con un software para las ventas, el costo de ello es de S/ 500.00 soles. Se presenta el costo en el siguiente cuadro:

Detalle	Cantidad	Valor unit.	Total	Total, por tipo
Tecnología				S/ 500.00
Software	1	S/ 500.00	S/ 500.00	
Total				S/ 500.00

Tabla 27: Elaboración propia -Activos intangibles.

Gastos de Constitución

Para poder iniciar el proyecto es necesario crear una droguería por lo que se debe iniciar un trámite de constitución de la empresa en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos) el cual tiene un valor de S/ 500.00 soles. Cuando la empresa este creada se debe iniciar el trámite de constitución de la droguería en DIGEMID (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas) el cual tiene un valor de S/475.40 nuevos soles.

Para poder importar un producto, en el caso del proyecto, la Vitamina B12 Orgánica, será necesario realizar su registro sanitario ante DIGEMID (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas), el valor por cada registro es de S/ 2,877.20 soles.

El total de los gastos de constitución para el proyecto sería de S/ 3,852.60 soles. Se presenta el detalle en el siguiente cuadro:

Detalle	Cant.	Valor unit.	Total	Total por tipo
GASTOS DE CONSTITUCIÓN				
Tramites de constitución empresa	1	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00
Tramites de constitución Droguería	1	S/ 475.40	S/ 475.40	S/ 475.40
Registro Sanitario POR PRODUCTO	1	S/ 2,877.20	S/2,877.20	S/ 2,877.20
Total				S/ 3,852.60

Tabla 28: Elaboración propia-Gastos de constitución

Otros Gastos Anuales

Al iniciar con una droguería, anualmente se deberá contar con documentación para su funcionamiento como: mapeo térmico, el cual tiene un valor de S/ 1,770.00 soles, Termo higrómetros calibrados en un total serian tres unidades el cual tiene un costo por cada uno de S/ 236.00 soles haciendo un total por las tres unidades de S/ 708.00 soles, certificado de fumigación el cual se realizará cada seis meses donde el valor de cada uno es de S/ 140.00 soles y el costo total anual serian de S/ 280.00 soles, certificado de instalaciones eléctricas el cual tiene un valor de S/ 654.00 soles, recarga de extintores el cual por servicio tiene un valor de S/ 60.00 soles y por ambos es un total de S/ 120.00 soles y el certificado de manejo de extintores con un valor de S/ 120.00 soles.

Se presenta el detalle en el siguiente cuadro:

Detalle	Cant.	Valor unit.	Total	Total por tipo
NECESARIO PARA DROGUERIA				
Mapeo Termico	1	S/ 1,770.00	S/ 1,770.00	S/ 1,770.00
Termo Higrómetros calibrados	3	S/ 236.00	S/ 708.00	S/ 708.00
Certificado de fumigación	2	S/ 140.00	S/ 280.00	S/ 280.00
Certificado de Instalaciones eléctricas	1	S/ 654.00	S/ 654.00	S/ 654.00
Recarga de extintores	2	S/ 60.00	S/ 120.00	S/ 120.00
Certificado de manejo de extintores	1	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
Total				S/ 3,652.00

Tabla 29: Elaboración propia - Otros gastos anuales

Capital de Trabajo

Para iniciar el proyecto es necesario contar con personal profesional que represente a la empresa y la de a conocer, así como el/ los productos de la misma para generar ingresos.

Se contará con el siguiente personal: un contador el cual brindará sus servicios de manera externa el cual tendrá un valor mensual de S/ 300.00 soles y monto anual de S/ 3,600.00 soles, un químico farmacéutico el cual laborará medio tiempo en horario rotativo (mañana o tarde) el cual tendrá un valor mensual de S/ 500.00 soles y un monto anual de S/

6,000.00 soles, un asesor comercial el cual laborará seis horas incluida su hora de almuerzo el cual trabajará bajo un contrato de locación de servicio (la empresa no deberá pagar beneficios de ley) el cual tiene un valor mensual de S/ 1,000.00 soles y un monto anual de S/ 12,000.00 soles y una secretaria que la cual laborará seis horas incluida su hora de almuerzo en la oficina administrativa la cual trabajará bajo un contrato de locación de servicios (la empresa no deberá pagar beneficios de ley) el cual tiene un valor mensual de S/ 1,200.00 soles y un monto anual de S/ 14,400.00 soles. El total de capital de trabajo mensual seria de S/ 3,000 soles y el costo al año seria de S/ 36,000.00 soles. Se presenta el detalle en el siguiente cuadro:

Funcion	Tipo	Sueldo	Total mes	Total año
Contador	ROL	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 3,600.00
Quimico farmaceutico	ROL	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 6,000.00
Asesor comercial	ROL	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 12,000.00
Secretaria	ROL	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00
Total			S/ 3,000.00	S/ 36,000.00

Tabla 30: Elaboración propia - Capital de Trabajo

Gastos de Operación

Para el funcionamiento de la droguería es necesario contar con gastos de operación, los cuales se definen de la siguiente manera para el proyecto: gastos de personal, los cuales se han detallado en el punto anterior con un valor mensual de S/ 3,000.00 soles y un valor anual de S/ 36,000.00 soles, alquiler de local comercial el cual estará ubicado en surquillo (cotizado en el portal web de A donde Vivir - Perú) el cual tiene un valor mensual de S. 2,500.00 soles y un valor anual de S/ 30,000 soles, publicidad la cual se resume en material informativo impreso del producto (vitamina B12 orgánica en spray) el cual tiene un valor mensual de S/ 700.00 soles y un valor anual de S/ 8,400.00 soles, gastos de agua el cual tiene un valor mensual de S/ 70.00 soles (valor determinado según ubicación de la droguería) y un valor anual de S/ 840.00 soles, gastos de electricidad (luz) el cual tiene un valor mensual de S/

50.00 soles (valor determinado según ubicación de la droguería) y un valor anual de S/ 600.00 soles, telefonía fija el cual incluye servicio de teléfono e internet (determinado en el portal web de la empresa Movistar Perú) el cual tiene un valor mensual de S/ 79.00 soles y un valor anual de S/ 948.00 soles, servicio de seguridad (determinado en el portal web de la empresa Prosegur Perú) el cual tiene un valor mensual de S/ 105.00 soles y un valor anual de S/ 1,260.00 soles, suministro de oficina el cual tiene un valor mensual de S/ 150.00 soles y un valor anual de S/1800.00 soles y transporte de mercadería el cual se dará una por semana y cuatro veces al mes generando un valor mensual de S/ 250.00 soles y un valor anual de S/ 3,000.00 soles. Se presenta el detalle en el siguiente cuadro:

	Costo	Total al mes	Total anual
Gastos de Personal	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 36,000.00
Alquiler local Comercial	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 30,000.00
Publicidad	S/ 7 00.00	S/ 700.00	S/ 8,400.00
Agua	S/ 70.00	S/ 70.00	S/ 840.00
Luz	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 600.00
Telefono	S/ 79.00	S/ 79.00	S/ 948.00
Prosegur	S/ 105.00	S/ 105.00	S/ 1,260.00
Suministro de oficina	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Transporte de mercaderia	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Total		S/ 6,904.00	S/ 82,848.00

Tabla 31: Elaboración propia - Gastos de Operación

Cantidad promedio necesaria para abastecer las Tiendas

Para poder iniciar con el proyecto será necesario importar la vitamina B12 para ser vendida. Contamos con 13 tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores que se encuentran interesadas en el producto como lo indica el resultado de la pregunta N 3 (¿Consideraría la posibilidad de vender vitamina B12 orgánica en presentación en spray?) de la encuesta realizada donde se obtuvo un 93,4% de interés. La venta de vitamina B12 según resultado obtenido de la pregunta N 2 (¿Cuántos frascos de vitamina B12 en presentación de 60 capsulas venden por semana?) nos indica que la venta en algunas tiendas en un promedio de 6

a 9 unidades y en otras de 3 a 5 unidades lo cual nos da un total por mes de 24 a 36 unidades o de 12 a 20 unidades.

Los resultados anteriores nos permiten obtener un promedio de venta de vitamina B12 de 23 unidades mensuales. Existen actualmente 4 marcas de vitamina B12 (Apéndice H) en presentación en capsulas en las tiendas. Con estos datos podemos indicar que, si bien el promedio mensual es de 23 unidades, estos se deben dividir entre las cuatro marcas existentes para tener el promedio por presentación el cual es de 5,75 unidades (5), si ingresara un nuevo producto el promedio mensual de 23 se tendría que dividir entre las cinco presentaciones lo que nos da un valor mensual por presentación de 4,6 unidades (4).

En promedio según resultados, las unidades mensuales que se necesitan para abastecer cada tienda son de 4 unidades, para abastecer las 13 tiendas necesitaríamos 52 unidades, a este monto le adicionamos un 30% más de productos para no quedarnos sin stock por si las tiendas requieren mayor cantidad, lo cual nos da un promedio de 67,6 unidades (67).

Unid. Mensual	Tiendas	Total mensual Producto	30% de mas
4	13	52	67,6

Tabla 32: Elaboración propia - Cantidad mensual de producto necesaria

Costos de Importación

Como se indicó en el punto anterior, el valor mensual a vender a cada tienda es de cuatro unidades, si estas se venden a las trece tiendas orgánicas ubicadas en Miraflores nos da un promedio de cincuenta y dos unidades al cual le agregamos un valor adicional de productos del 30%, valor que se considera para tener en stock del producto por si las ventas propuestas aumentan y así no quedarnos sin stock de productos hasta la siguiente importación.

Unid. Mensual	Tiendas	Total mensual Producto	30% de mas	Total por dos meses
4	13	52	67,6	135,2

Tabla 33: Elaboración propia- Cantidad necesaria de producto para dos meses

a. Valor de Importación:

Se había establecido que la cantidad a importar cada dos meses sería de 135 unidades. Tenemos un valor por producto de USD 8,39 (Apéndice E), lo cual nos da un valor FOB de USD 1,132.65.

Cantidad	135
<hr/>	
Costo USD	8,39
<hr/>	
Monto USD	1132,65

Tabla 34: Elaboración propia - Valor de importación

b. Peso de carga y Medidas del empaque:

El peso por cada caja es de 200 gramos, si compramos 135 unidades el peso de carga sería de 27 kilos. La medida promedio del paquete es de 118 x 78 x 80.

Peso por caja	200 Gr.
<hr/>	
Cantidad	135 Unid.
<hr/>	
Peso por 135 Unid.	27,000
<hr/>	
Peso de carga	27 kilos

Tabla 35: Elaboración propia- Peso de carga

c. Partida Arancelaria de Vitamina B12:

La partida arancelaria de la Vitamina B12 es 2936.26.00.00 como lo indica el portal <http://www.aduanet.gob.pe> (Apéndice I).

Luego de tener estos datos, se procede a cotizar con una Agencia de carga Internacional (DHL) el flete para importar el paquete de productos, el cual tiene un valor de USD 300.00. La modalidad para importar la vitamina B12 será mediante el beneficio de importa fácil implementado por la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria). Para poder importar mediante esta regulación se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Mercancía con un valor que no supere los USD 2,000.00
- b. El peso de la mercancía no debe exceder de 31.5 KG.
- c. Ser persona Natural o Jurídica

En el caso de la Importación de la vitamina B12 orgánica, el valor de la mercancía como lo habíamos indicado en puntos anteriores sería de USD 1,132.65, el peso de las 135 vitaminas a importar es de 27 kilos, se importará mediante Persona Jurídica. Todos estos datos no infringen los requisitos para poder obtener el beneficio.

La razón por la cual se opta por el uso de importa fácil, es por el valor de importación, siendo un valor bajo es conveniente esta opción, si se cotizara en una agencia de aduanas el costo sería mayor. Para el cálculo de tributos a pagar se debe considerar la fórmula establecida por la SUNAT (Apéndice J).

Con los datos que tenemos calculamos a continuación la base imponible:

Valor FOB USD	1,132.65
Flete internacional USD	300.00
Seguro internacional USD	<u>33.75</u>
Valor en aduana USD base imponible	1,466.40

Tabla 36: Elaboración propia - Calculo de tributos para importación de Vitamina B12

A continuación, calcularemos el tributo a pagar (calculo en base a lo establecido en el portal de la SUNAT- Preguntas frecuentes):

Advalorem según Partida Arancelaria 2936.26.00.00 = 0%, el advaloren del Valor de Aduana es 0.

Sumamos al Valor FOB el Advalorem calculado: USD1,466.40 + 0 = USD1,466.40

Sobre los USD1,466.40 se calcula el IGV+ IPM 18% de USD1,466.40=USD263.95

Total, tributos a pagar: 0 + USD263.95 = USD263.95 (Doscientos sesenta y tres con noventa y cinco centavos de dólar americano)

Teniendo claro los costos, podemos definir cuanto se necesitaría para iniciar el Proyecto, tomamos los costos de propiedad, plata y equipo, otros gastos anuales, activos intangibles y gastos de constitución el cual nos da un valor de S/ 11,755.20 soles, gastos de operación son considerados por tres meses (el costo mensual es de S/ 6,904.00 soles) por un monto de S/ 20,712.00 soles y el costo de importación considerados para la primera (S/ 6,281.118 soles) y segunda (S/ 5,710.16 soles) importación por un valor de S/ 11,991.34 soles.

	Propiedad, Planta y Equipo		
	Otros gastos anuales	S/	11.755,20
	Activo intangible		
	Gastos de constitución		
Monto total de inversión para iniciar			
	Gastos de Operación (incluye gastos de personal)	S/	20.712,00
	Costo Importación	S/	11.991,34
	Monto total inversión	S/	44.458,54

Tabla 37: Elaboración propia - Cuadro Total de Inversión para el Proyecto

Ventas

En este punto evaluaremos el costo del producto para la venta y los ingresos que se darían si se venden las 135 unidades proyectadas.

a. Costo de Producto para venta:

Tomando en cuenta el gasto fijo (costos de importación), gastos variables (gastos de operación), porcentaje de utilidad (20%) y porcentaje de riesgo (15%) obtenemos el valor de venta, como se indica a continuación:

Gasto fijo	S/ 5.710,16
Gasto variable	S/ 6.904,00
Total gastos	S/ 12.614,16
Utilidad 20%	S/ 15.136,99
Otros gastos- riesgo (15%)	S/ 17.407,54
Unidades a vender	135
Precio venta	S/ 128,94

Tabla 38: Elaboración propia - Calculo precio de venta

El valor de venta para la vitamina B12 seria de S/128.94 soles. Tomando la cantidad a vender cada dos meses la cual es 135 unidades podemos definir nuestra ganancia cada dos meses con el cuadro que presentamos a continuación:

Años	Tipo	N° unidades	Precio venta	Ventas totales
Año 1	Frasco 58ml			
	Enero	135	S/ 128,94	S/ 17.407,54
	Febrero			
	Marzo	135	S/ 128,94	S/ 17.407,54
	Abril			
	Mayo	135	S/ 128,94	S/ 17.407,54
	Junio			
	Julio	135	S/ 128,94	S/ 17.407,54
	Agosto			
	Setiembre	135	S/ 128,94	S/ 17.407,54
	Octubre			
	Noviembre	135	S/ 128,94	S/ 17.407,54
	Diciembre			
		810		S/ 104.445,26
Año 2				S/ 104.445,26

Año 3**S/ 104.445,26**

Tabla 39: Elaboración propia - Cuadro resumen de venta anual

Si se vende 135 unidades de Vitamina B12 cada dos meses a un precio de venta de S/ 128.94 soles, el ingreso es de S/17,407.54 soles y anualmente tendríamos un promedio en ingreso de S/ 104,445.26 soles.

Flujo de caja anual proyectada

Con los datos obtenidos anteriormente podemos establecer el Flujo de caja anual proyectado el cual será por tres años para ver si en estos obtendríamos rentabilidad en el negocio como lo detallamos en el siguiente cuadro:

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos de efectivo				
Ventas		S/ 104.445,26	S/ 104.445,26	S/ 104.445,26
Prestamo	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Total Ingresos		S/104.445,26	S/ 104.445,26	S/ 104.445,26
Gastos				
Propiedad, planta y equipo	S/ 3.750,60	S/ -	S/ -	S/ -
Otros gastos anuales	S/ 3.652,00	S/ 3.652,00	S/ 3.652,00	S/ 3.652,00
Activo Intangible	S/ 500,00	S/ -	S/ -	S/ -
Gasto de constitución	S/ 3.852,60	S/ -	S/ -	S/ -
Gastos de operación	S/ 20.712,00	S/ 62.136,00	S/ 82.848,00	S/ 82.848,00
Costo de Importación	S/ 11.991,34	S/ 22.840,65	S/ 34.260,97	S/ 34.260,97
Total Gastos	S/ 44.458,54	S/ 88.628,65	S/ 120.760,97	S/ 120.760,97
Flujo de Caja		S/ 15.816,61	-S/ 16.315,71	-S/ 16.315,71

Tabla 40: Elaboración propia - Flujo de caja proyectada a tres años para el proyecto.

En el año "0" se hace una inversión de S/ 44,458.54 soles para iniciar el proyecto, los gastos para este año son de propiedad y planta por un monto de S/ 3,750.60 soles, otros

gastos anuales por un monto de S/ 3,652.00 soles, activo intangible por un monto de S/.500.00 soles, gastos de constitución por un monto de S/ 3,852.60 soles, gastos de operación por un monto de S/ 20,712.00 soles (este gasto está contemplado para sustentar tres meses) y Costos de Importación por un monto de S/ 11.991,34 soles (este gasto está contemplado para dos importaciones).

El año “1” obtiene un ingreso en ventas de S/ 104,445.26 soles, los gastos de ese mismo año son de S/ 88,628.65 soles, los cuales en detalle son por otros gastos anuales por un monto de S/ 3,652.00 soles, gastos de operación por un monto de S/ 62,136.00 soles contemplado solo por nueve meses ya que en la inversión inicial se ha contemplado por tres meses y costo de importación por S/ 22,840.65 soles contemplados por cuatro meses ya que en la inversión inicial se ha contemplado el gasto por dos importaciones, con lo que nos quedaría un saldo a favor de S/ 15,816.61 soles.

En el año “2” se proyecta las ventas por el monto del primer año S/ 104,445.26 soles, los gastos de ese mismo año son de S/ 88,628.65 soles, los cuales en detalle son por otros gastos anuales por un monto de S/ 3,652.00 soles, gastos de operación por un monto de S/. 62,136.00 soles y costo de importación por S/ 22,840.65 soles, con lo que nos quedaría un saldo negativo de S/ 16,315.71 soles.

En el año “3” se proyecta las ventas por el monto del primer año S/104,445.26 soles, los gastos de ese mismo año son de S/ 120,760.97 soles, los cuales en detalle son por otros gastos anuales por un monto de S/ 3,652.00 soles, gastos de operación por un monto de S/ 82,848.00 soles y costo de importación por S/ 34,260.97 soles, con lo que nos quedaría un saldo negativo de S/ 16,315.71 soles.

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Se determinó la factibilidad para la importación de suplemento orgánico para el abastecimiento de tiendas orgánicas en el distrito de Miraflores-Lima-Perú-2019. Sin embargo, la importación de este no sería rentable debido a que los costos son mayores a los ingresos.

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, se estimó la importación de 135 unidades de suplemento orgánico la cual sería vendida en un plazo de dos meses a las trece tiendas orgánicas ubicadas en Miraflores, la cual generaría un ingreso anual de S/104,445.26, sin embargo, el costo anual (gastos de operación + costo de importación) fue de S/120,760.97, generando un cierre en negativo, por lo que el proyecto no sería rentable.

2. Se identificó los permisos necesarios para la importación o entrada del suplemento orgánico al país.

Para poder realizar la importación del suplemento orgánico, se deberá constituir una empresa ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) y realizar su registro ante Digemid como Droguería. El paso siguiente es realizar el trámite ante Digemid para sacar el registro sanitario del suplemento orgánico.

3. Se determinó que si es necesario la creación de una empresa para generar la importación del suplemento orgánico.

Como se comentó en el punto 2, es necesario para la importación, la constitución de una empresa ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) y realizar su registro ante Digemid como Droguería.

4. Se determinó la inversión del proyecto a través de un estudio financiero en el que se evaluó los costos e ingresos del mismo.

Para poner el proyecto en marcha se necesita invertir un promedio de S/44,458.54 (Propiedad y planta y equipo, activos intangibles (software), gastos de constitución de la empresa, gastos anuales que representan a la renovación de permisos de la droguería, gastos de operación y gastos de importación). Se consideró los gastos de operación por tres meses.

Los ingresos estimados anualmente fueron de S/104,445.26 (Importación anual de 810 unidades de suplemento orgánico)

Como se comenta en líneas anteriores, el proyecto es factible, debido a que los requisitos tanto de apertura de la empresa y registro sanitario son claros. El monto a invertir no es excesivo, es asequible, pudiendo tener ahorros o solicitando un préstamo (tomando en cuenta que los bancos no otorgan créditos con facilidad a empresas nuevas, sin tener un respaldo económico). Sin embargo, si se desea realizar el proyecto se debería prever la importación de dos o más productos para evaluar así si es rentable el proyecto, ya que el estudio nos da como resultado la no rentabilidad con la importación de un suplemento orgánico.

RECOMENDACIONES

Para las personas interesadas en importar productos orgánicos y que les gustaría realizar el proyecto. Se sugiere tomar en cuenta lo siguiente para que el proyecto se pueda llevar a cabo:

1. Ya que el proyecto es factible debido a los requisitos de apertura de la empresa y registro sanitario del producto son procedimientos claros y no costosos, para que se vuelva rentable el mismo se sugiere evaluar un nuevo proyecto con la importación de dos a más productos orgánicos y extender la venta de los mismos a tiendas ubicadas en otros distritos (San isidro, Surco, La Molina, Barranco, etc.).
2. Se sugiere que se sigan los pasos y plazos determinados por las entidades correspondientes para la creación de la empresa y registro sanitario del/ los productos para así no tener inconvenientes o no se cumplan los plazos establecidos para la creación y registro del producto.
3. El proceso adecuado para iniciar un proyecto, siempre ira de la mano con la formalización del mismo. Este deberá iniciar con el registro de una empresa o realizando el registro como persona natural.

Se sugiere que, para iniciar un proyecto de negocio, este sea formal, el cual trabaje de acuerdo a los lineamientos legales, teniendo protección legal el cual ayudara al crecimiento del país, cumpliendo sus obligaciones legales, no como en muchos casos un negocio informal.
4. Se invita a nuevos inversores a evaluar este proyecto, que, si bien con la importación de un producto y la venta del mismo en un distrito no es rentable, considerando la importación de mayor gama de productos y ampliando la distribución a otros distritos este sería posiblemente una buena inversión.

REFERENCIAS

Agraria (2018). Estudio señala que la agricultura orgánica no es la panacea. Recuperado de:

<https://agraria.pe/noticias/estudio-senala-que-la-agricultura-organica-no-es-la-panacea-16613>

Almonacid, F. y Bravo, R. (2010). Administración de medicación vía sublingual. Manual de

protocolos procedimientos generales de enfermería, Hospital Universitario “Reina Sofía”. Recuperado de:

https://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdesalud/hrs3/fileadmin/user_upload/area_enfermeria/enfermeria/procedimientos/procedimientos_2012/rt14_admon_medicacion_via_sublingual.pdf

Clínica Anglo Americana (s,f). ¿Qué son las vitaminas? Recuperado de:

<https://www.clinicaangloamericana.pe/blog/que-son-las-vitaminas/>

Decreto supremo N° 016 (2019). Reglamento De establecimiento farmacéutico. Recuperado

de: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/modifican-reglamento-de-establecimientos-farmaceuticos-decreto-supremo-n-016-2019-sa-1784080-2/>

Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas-DIGEMID (2019). Trámites y

formatos e instructivos para obtener autorización sanitaria y comunicaciones. Formato A-2- Autorización Sanitaria de Funcionamiento o Traslado de Droguería y Traslado de almacenes de droguería (de ámbito de Lima Metropolitana). Recuperado de: <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=624>

Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas-DIGEMID (2019). Autorización

Sanitaria de Funcionamiento o Traslado de Droguería y Traslado de almacenes de

droguería (de ámbito de Lima Metropolitana). Recuperado de:
<http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=480>

Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas-DIGEMID (2019). Formato único (FNSOX-001). Recuperado de:
http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/EPFarma/Formatos/FORMATO_UNICO.pdf

Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas-DIGEMID (2019). Registro sanitario de Productos Farmacéuticos, Artículo N°5- Del Registro Sanitario. Recuperado de: <http://www.digemid.minsa.gob.pe/main.asp?Seccion=936>

Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas-DIGEMID (2019). Registro sanitario de Productos Farmacéuticos, Artículo N°39- Registro Sanitario de Especialidades Farmacéuticas. Recuperado de:
<http://www.digemid.minsa.gob.pe/main.asp?Seccion=936>

Garden of Life (2019). *Sección Company*. Recuperado de:
<https://www.gardenoflife.com/content/about/why-gol/>

Garden of Life (2019). *Sección productos*. Recuperado de:
<https://www.gardenoflife.com/content/product/mykind-organics-vegan-b-12-organic-spray/>

Garden of Life (2019). *Sección About*. Recuperado de:
<https://www.gardenoflife.com/content/about/partners/>

Guardia (2018). Artículo peruanos que importan vitaminas o productos dietéticos no pueden retirarlos de Aduanas. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/peruanos-importan-vitaminas-productos-dieteticos-retirarlos-aduanas-236183-noticia/>

MedlinePlus (s.f). Vitaminas. Recuperado de: <https://medlineplus.gov/spanish/vitamins.html>

Morán (2011) en su investigación: Estudio de factibilidad para la importación desde el Perú y comercialización de capsulas de maca (producto natural que mejorara el rendimiento físico y optimiza la capacidad intelectual) en la ciudad de Quito. Recuperado: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4852>

Municipalidad de Miraflores (2019) *sección información general*. Recuperado de: <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

Organización Mundial de la salud (2007) Roma. Alimentos producidos orgánicamente, tercera edición

Red Vegana (2018). Resultados la encuesta/censo a nivel nacional comparación 2016 vs 2018. Recuperado de: https://redvegana.org/assets/files/censos_veganos_2016-2018.pdf

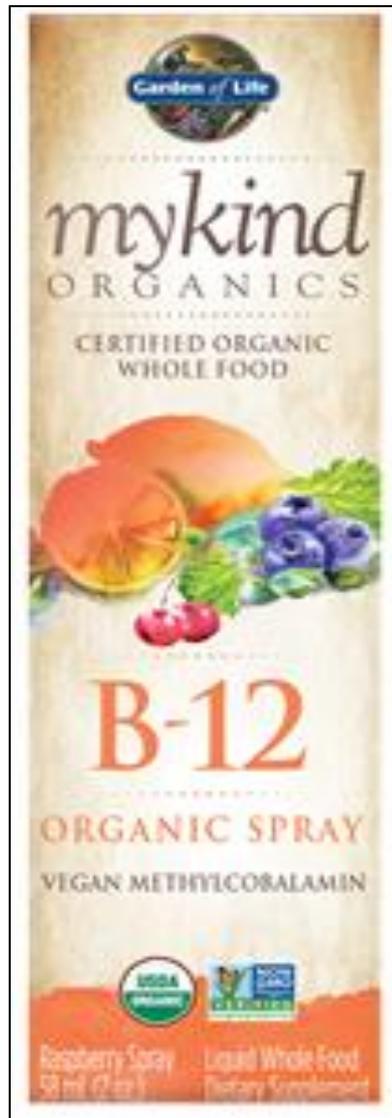
Soto, B. (2015). El consumo de productos orgánicos crece entre los peruanos. A12. El comercio. Recuperado de: https://www.actualidadambiental.pe/wp-content/uploads/2015/03/elcomercio_2015-03-19_p12.pdf

Valenzuela (2005) realizo la investigación: Comercialización de los productos naturales en Lima Metropolitana. Recuperado de: https://web.ins.gob.pe/sites/default/files/Archivos/censi/Comercializacion_productos_naturales.pdf

Higuchi, A. (2015). Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima. Scielo Perú: Apuntes Vol. 42 N° 47 Lima Jul/dic. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-18652015000200002

APÉNDICE

Apéndice A: Presentación de Vitamina B12 en spray



Suggested Use: Shake well. Take one spray daily. Not intended for children.

Supplement Facts

Serving Size 1 Spray (0.41 mL)

Servings Per Container Approximately 140

	Amount Per Serving	% Daily Value
Vitamin B12* (as Methylcobalamin)	500 mcg	8333%

Certified Organic Food Blend	2 mg	+
Organic Beet (root), Organic Carrot (root), Organic Spinach (leaf), Organic Broccoli (flower & stem), Organic Tomato (fruit), Organic Kale (leaf), Organic Red Cabbage (leaf), Organic Parsley (leaf), Organic Brussels Sprout (leaf), Organic Green Bell Pepper (fruit), Organic Cucumber (gourd), Organic Celery (stalk), Organic Garlic (bulb), Organic Ginger (root), Organic Green Onion (root), Organic Cauliflower (flower & stem), Organic Asparagus (flower & stem), Organic Strawberry (fruit), Organic Cherry (fruit), Organic Blackberry (fruit), Organic Blueberry (fruit), Organic Raspberry (fruit)		

+Daily Value not established.

Other Ingredients: Purified Water, Organic Glycerin, Organic Apple Juice, Organic Raspberry Flavor, Organic Lemon Juice, Organic Citrus Extract (to preserve freshness), Organic Stevia Rebaudioside A (leaf).

*To learn more about the **RAW Food-Created Nutrients™** used exclusively by Garden of Life, go to www.gardenoflife.com.

Keep out of reach of children.

Store in a cool, dry place. Do not use if safety seal is broken or missing. Contains no artificial colors, flavors, sweeteners or preservatives.

CAUTION: As with any dietary supplement, consult your healthcare practitioner before using this product, especially if you are pregnant, nursing, anticipate surgery, take medication on a regular basis or are otherwise under medical supervision.
Do not spray in eyes.

Apéndice B: INEI- Censo Nacional 2007-Perú, Lima Metropolitana y Miraflores: Superficie y Población y Población

PERÚ, LIMA METROPOLITANA Y MIRAFLORES : SUPERFICIE Y POBLACIÓN, 2007

AMBITO	SUPERFICIE * Km2	POBLACIÓN Hab	DENSIDAD Hab/ km2
PERÚ	1,285,342.19	28,220,764	21.96
LIMA METROPOLITANA 1/	2,811.65	8,482,619	3016.95
MIRAFLORES	9.62	85,065	8,843

Apéndice C: Tiendas Orgánicas Ubicadas en Miraflores - Posibles compradores

Item	Tienda	Direccion	Distrito
1	ITB	Calle Mariano Oidicio 432	Miraflores
2	Raw Café 1	Calle Mariano Oidicio 432	Miraflores
3	La Organika	Av. Larco 1150. #8	Miraflores
4	Thika Thani Market	Av. Alfredo Benavides 474	Miraflores
5	Punto Organico	Av. Mariscal La Mar 718	Miraflores
6	Eco tienda Natural	Calle Colon 355	Miraflores
7	Mara Biomarket	Av. La Paz 536	Miraflores
8	Madre Natura	Jr. Chiclayo 815	Miraflores
9	La Colorada- Bodega Orgánica	Calle Enrique Palacios 1070	Miraflores
10	Bio Deli	Av. Petit Thouars 4828	Miraflores
11	Aranda	Calle José Galvez 409	Miraflores
12	Yauvana	Av. Alfredo Benavides 347, tienda 43	Miraflores
13	Alma Botanica	Av. Mariscal La Mar 1110	Miraflores

Apéndice D: Sucursales de Garden Of Life (Elaboración Propia)

Item	Empresa	Direccion	Telefono	Email
1	Alimentos Organicos	31 Avenida 18 - 57 Zona 7 Villa Linda III- Guatemala	502-2-435- 0003	pbartolo@itelgua.com
2	Organica	Paitilla Panama	507-390-2001	Alejandro Jaén ajaen@organicastore.com
3	Greenery Productos Organicos	Merida, Yucatan, 97113, MX		gabriel.davila@gmail.com

Apéndice E : Correo de la empresa Holdin Group



Apéndice F: Formato A2-Solicitud-Declaración Jurada -DIGEMID-MINSA

	PERÚ Ministerio de Salud	Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas	Dirección de Inspección y Certificación		
FORMATO A-2 Solicitud - Declaración Jurada					
N° DE EXPEDIENTE: FECHA:	AUTORIZACIÓN SANITARIA DE: a) FUNCIONAMIENTO DE DROGUERIA <input type="checkbox"/> b) TRASLADO DE: - DROGUERÍA (OF. ADMINISTRATIVA + ALMACÉN) <input type="checkbox"/> - ALMACÉN <input type="checkbox"/>				
INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO (Según lo consignado en el RUC-SUNAT)					
1. REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE – RUC N°: <input style="width: 150px;" type="text"/> N°. REGISTRO DE EF <input style="width: 100px;" type="text"/>					
2. NOMBRE COMERCIAL: <input style="width: 480px;" type="text"/>					
3. RAZON SOCIAL: <input style="width: 480px;" type="text"/>					
4. PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL: APELLIDOS: <input style="width: 250px;" type="text"/> NOMBRES: <input style="width: 180px;" type="text"/>					
5. ACTIVIDADES (Marcar con X, Solo en caso de autorizacion de funcionamiento): IMPORTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN, EXPORTACIÓN, ALMACENAMIENTO Y/O DISTRIBUCIÓN DE:					
A). PRODUCTOS FARMACÉUTICOS		C). PRODUCTOS SANITARIOS			
1. MEDICAMENTOS:		1 PRODUCTOS COSMÉTICOS <input type="checkbox"/>			
- ESPECIALIDADES FARMACÉUTICAS <input type="checkbox"/>		2 PRODUCTOS ABSORBENTES DE HIGIENE PERSONAL <input type="checkbox"/>			
- AGENTES DE DIAGNOSTICO <input type="checkbox"/>		3 PRODUCTOS DE HIGIENE DOMÉSTICA <input type="checkbox"/>			
- RADIOFÁRMACOS <input type="checkbox"/>		4 ARTÍCULOS SANITARIOS <input type="checkbox"/>			
- GASES MEDICINALES <input type="checkbox"/>					
2. RECURSOS TERAPEUTICOS NATURALES:					
- PRODUCTO NATURAL DE USO EN SALUD <input type="checkbox"/>					
- RECURSO NATURAL DE USO EN SALUD <input type="checkbox"/>					
3. PRODUCTOS GALÉNICOS <input type="checkbox"/>					
4. PRODUCTOS DIETÉTICOS <input type="checkbox"/>					
5. PRODUCTOS EDULCORANTES <input type="checkbox"/>					
6. PRODUCTOS BIOLÓGICOS <input type="checkbox"/>					
7. PRODUCTOS HOMEOPÁTICOS <input type="checkbox"/>					
NIVEL DE RIESGO					
B). DISPOSITIVOS MEDICOS:					
	CLASE I: De B. Riesgo No Estéril Estéril		CLASE II, de Moderado Riesgo	CLASE III, de Alto Riesgo	CLASE IV, Críticos en materia de Riesgo
1. DISPOSITIVOS MÉDICOS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. EQUIPOS BIOMEDICOS	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. EQUIPOS BIOMEDICOS DE TECNOLOGIA CONTROLADA	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. DE DIAGNOSTICO INVITRO (Reactivo de Diagnostico)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
www.digemid.minsa.gob.pe FORMATO A-2 - 1/3					



PERÚ

Ministerio
de SaludDirección General
de Medicamentos, Insumos y Drogas

Dirección de Inspección y Certificación

6. DIRECCIÓN DE LA OFICINA ADMINISTRATIVA: (Congruente con la dirección consignada en el RUC)			
6a. Calle / Jiron / Avenida:		N°:	INT.:
6b. URB./AA.HH./PP.JJ.:		MZ.	LOTE.:
6c. DISTRITO:		6d. PROV.:	6e. DPTO.:
6f. Correo Electronico:		6g. Telefono:	
7. DIRECCIÓN DEL ALMACÉN: (Congruente con la dirección consignada en el RUC)			
7a. Calle / Jiron / Avenida:		N°:	INT.:
7b. URB./AA.HH./PP.JJ.:		MZ.	LOTE.:
7c. DISTRITO:		7d. PROV.:	7e. DPTO.:
7f. CON SERVICIO DE ALMACENAMIENTO: NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO QUE BRINDA EL SERVICIO DE ALMACENAMIENTO (en caso de marcar si):			
7g. REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE – RUC N°:			
7h. NOMBRE COMERCIAL:			
7i. RAZÓN SOCIAL:			
8. HORARIO DE FUNCIONAMIENTO DE SU ESTABLECIMIENTO:			
Marcar con X los días		Especificar las Horas (De... A: ...)	
<input type="checkbox"/> LUNES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> MARTES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> MIERCOLES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> JUEVES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> VIERNES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> SÁBADO	_____	_____	_____
INFORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES QUE LABORAN EN EL ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO			
9a. DIRECTOR TECNICO: QUÍMICO FARMACÉUTICO U OTRO PROFESIONAL SEGUN CORRESPONDA):			
9b. APELLIDOS:		NOMBRES:	
C.Q.F.P. N°:	email	DNI	TF
9c. HORARIO DE LABOR			
Marcar con X los días		Especificar las Horas (De... A: ...)	
<input type="checkbox"/> LUNES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> MARTES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> MIERCOLES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> JUEVES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> VIERNES	_____	_____	_____
<input type="checkbox"/> SÁBADO	_____	_____	_____

 PERÚ Ministerio de Salud		Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas		Dirección de Inspección y Certificación	
10. QUÍMICO FARMACÉUTICO ASISTENTE (CUANDO CORRESPONDA):					
10a. APELLIDOS:		<input type="text"/>		NOMBRES: <input type="text"/>	
C.Q.F.P. N°:		<input type="text"/>		email <input type="text"/>	
		DNI <input type="text"/>		TF <input type="text"/>	
10b. HORARIO DE LABOR					
Marcar con X los días			Especificar las Horas (De... A: ...)		
<input type="checkbox"/>	LUNES	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	MARTES	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	MIERCOLES	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	JUEVES	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	VIERNES	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	SÁBADO	<input type="text"/>		<input type="text"/>	
11. REQUISITOS (PROCEDIMIENTO N° 136 DEL TUPAMINSA)					
<ol style="list-style-type: none"> Solicitud con carácter de Declaración Jurada, según formato, indicando además el día de pago y el número de constancia de pago. Croquis de ubicación del establecimiento. Croquis de distribución interna del establecimiento y del almacén, indicando el volumen útil de almacenamiento máximo en metros cúbicos por cada área, exclusiva o compartida y las áreas destinadas a productos o dispositivos que requieren condiciones especiales de almacenamiento, cuando corresponda, en formato A-3. Autorización emitida por el Instituto Peruano de Energía Nuclear-IPEN, para el caso de droguerías que importan o comercializan equipos biomédicos de tecnología controlada que emitan radiaciones ionizantes. Copia del contrato de servicio de almacenamiento y/o distribución, cuando corresponda. Para el caso de una droguería que cuente con área de laboratorio de control de calidad, el interesado debe presentar, además, lo siguiente: En el formato de solicitud, nombre y número de colegiatura del profesional Químico Farmacéutico que se hará cargo de la jefatura de control de calidad. Croquis de distribución interna del laboratorio de control de calidad indicando el nombre de las áreas, en formato A-3. Copia de la licencia de zonificación. Tipo de análisis a realizar. Relación de equipos para el control de calidad. Relación de instrumental y materiales. Relación de estándares de referencia disponibles. Fujograma del proceso de control de calidad de manera integral desde el ingreso de la muestra (objeto de ensayo) hasta la entrega del informe de ensayo o certificado de análisis al cliente. Copia del contrato de servicio de tercero, cuando corresponda. 					
Número de Constancia de pago		<input type="text"/>		Fecha de pago <input type="text"/>	
<small>LO CUAL DECLARO EN SUSTITUCIÓN DEL DOCUMENTO OFICIAL QUE ACREDITA MI DICHO Y CON BUENA FE, BASADO EN EL PRINCIPIO DE PRESUNCIÓN DE VERACIDAD CONSAGRADO EN EL ART. IV INCISO 1.7, LEY DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL; EXPRESANDO ASÍ MISMO CONOCER CONSECUENCIAS DE ORDEN PECUNIARIO, ADMINISTRATIVO Y PENAL EN CASO DE FALSEDADE DE ESTA DECLARACIÓN. CONFORME REGULA EL ART. 411° DEL CÓDIGO PENAL.</small>					
_____ Firma del Director Técnico			_____ Firma del Propietario o Representante Legal y Sello del Establecimiento Farmacéutico		

Apéndice G: Formato único (FNSOC-001) -DIGEMID-MINSA

FORMATO ÚNICO (FNSOC-001)	
 COMUNIDAD ANDINA SECRETARÍA GENERAL	 PERÚ Ministerio de Salud Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas
DECISIÓN 516 COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS COSMÉTICOS	
<input type="checkbox"/> Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO)	
<input type="checkbox"/> Solicitud de Renovación del código de identificación de la NSO	
<input type="checkbox"/> Solicitud de Reconocimiento del código de identificación de la NSO	
<input type="checkbox"/> Información de Cambios	
I. DATOS DEL <input type="checkbox"/> TITULAR <input type="checkbox"/> RESPONSABLE DE LA COMERCIALIZACIÓN <small>Artículo 7, numeral 1, literales a) y d) de la Decisión 516, Artículo 21 de la Resolución 797</small>	
Nombre o razón social:	
Domicilio o dirección:	Ciudad / Distrito / Provincia / Departamento:
País:	Teléfono:
Fax:	E-mail:
Nombre del: Representante Legal <input type="checkbox"/> Apoderado <input type="checkbox"/>	
Domicilio o dirección:	
Ciudad / Distrito / Provincia / Departamento:	
País:	Teléfono:
Fax:	E-mail:
Nombre del: Representante Legal <input type="checkbox"/> Apoderado <input type="checkbox"/>	
Teléfono:	
E-mail:	
Nombre del: Responsable Técnico (Químico Farmacéutico)	
Teléfono:	
Fax:	
E-mail:	
II. DATOS DEL FABRICANTE O FABRICANTES <small>Artículo 7, numeral 1, literal d) de la Decisión 516 y Artículo 21 de la Resolución 797 (Para notificación, solicitud de renovación y reconocimiento)</small>	
Nombre o razón social:	

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

V. INFORMACIÓN DE CAMBIOS*Artículos 11, 12 y 14 de la Decisión 516*

--

VI. DOCUMENTACIÓN QUE SE ANEXA

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

<i>A ser presentada por el interesado</i>		<i>A ser llenado por la Autoridad Sanitaria Nacional Competente</i>		
Documentación		Folios	Cumple	No cumple
12.	Justificación de las bondades y proclamas de carácter cosmético, cuya no veracidad pueda representar un problema para la salud.	DEL.....AL.....FOLIO		
<i>Anexar para solicitud de reconocimiento</i>				
13.	Instrucciones de uso del producto, (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO		
14.	Copia de la Notificación Sanitaria Obligatoria, certificada por la Autoridad Nacional Competente del primer País Miembro de comercialización.	DEL.....AL.....FOLIO		
<i>Anexar sólo para información de cambios, según corresponda</i>				
15.	Modificación / cambio / incorporación de fabricante (<i>Dentro o fuera de los Países Miembros de la CAN</i>) <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Copia de nuevo contrato de fabricación u otro documento que acredite el cambio; y/o En caso de terceros países adicionalmente el CLV o una autorización similar emitida por la Autoridad Competente del país de origen; y/o En caso de maquila, la declaración del fabricante.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado con la incorporación del nuevo fabricante.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Documento que respalde la existencia y representación legal del nuevo fabricante, (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO		
	d. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
16.	Modificación / cambio de razón social del titular de la NSO o del fabricante <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Documento que acredite el cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado con la razón social modificada.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
17.	Modificación / cambio de información contenida en el rotulado <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Justificación en caso de cambio de bondades y proclamas	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Proyecto de etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
18.	Modificación / cambio de material de envase <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			

<i>A ser presentada por el interesado</i>		<i>A ser llenado por la Autoridad Sanitaria Nacional Competente</i>		
Documentación		Folios	Cumple	No cumple
	a. Declarar el material del envase.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
19.	Modificación / cambio de nombre de un producto cosmético (Dentro o fuera de los Países Miembros de la CAN) <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Proyecto de arte de la etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Declaración del fabricante o titular del nuevo nombre.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. En caso de terceros países: cuando se produce el cambio del nombre se deberá presentar el CLV en el que conste el cambio efectuado o autorización similar emitida por la Autoridad Competente; en caso que el cambio ocurra en un País Miembro, deberá presentar la autorización del fabricante; en caso de maquila sólo se requiere la declaración del titular.	DEL.....AL.....FOLIO		
	d. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
20.	Modificación / cambio de marca <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Proyecto de arte de la etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. En caso de terceros países: cuando se produce el cambio de la marca se deberá presentar el CLV en el que conste el cambio efectuado o autorización similar emitida por la Autoridad Competente.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
21.	Modificación / cambio de titular <i>Artículo 11 de la Decisión 516</i>			
	a. Documento que respalde la existencia y representación legal del nuevo titular.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Declaración del fabricante para el nuevo titular en el caso de subcontratación o maquila.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
22.	Modificación / cambio de componentes secundarios en la fórmula de productos cosméticos <i>Artículo 12 de la Decisión 516</i>			
	a. Justificación del cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Fórmula señalando el cambio, con la concentración de uso, (cuando corresponda).	DEL.....AL.....FOLIO		

A ser presentada por el interesado		A ser llenado por la Autoridad Sanitaria Nacional Competente		
Documentación		Folios	Cumple	No cumple
	c. Declaración del fabricante o del titular, cuando se trate de maquila, señalando dicho cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	d. Nuevas especificaciones técnicas del producto terminado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	e. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	f. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		
23.	Ampliación de la NSO (inclusión / cambios de nuevos tonos y variedades en fragancias y sabores) <i>Artículos 7 y 14 de la Decisión 516 (El interesado deberá presentar la información del artículo 7, excepto los literales j, l y m)</i>			
	a. Fórmulas señalando el cambio.	DEL.....AL.....FOLIO		
	b. Proyecto de etiqueta en la que conste el cambio solicitado.	DEL.....AL.....FOLIO		
	c. Comprobante de pago por derecho de trámite.	DEL.....AL.....FOLIO		

VII. CERTIFICACION DE LA INFORMACION TECNICA DEL PRODUCTO

Yo, _____, identificado con (DNI) _____, actuando en mi condición de químico farmacéutico titulado y con registro profesional No. _____ de Perú certifico técnicamente que el producto cosmético descrito no perjudica la salud humana, siempre que se apliquen las condiciones normales o razonablemente previsibles de uso.

FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (QUÍMICO FARMACÉUTICO)

Nombre completo:

Número de Registro o Colegiatura Profesional:

VIII. DECLARACION JURADA.

Yo, _____, identificado con _____, actuando en condición de Representante legal o Apoderado, declaro bajo la gravedad de juramento, que el presente documento y la información suministrada adjunta son auténticos y veraces, y cumplen con todos los requisitos establecidos por la Decisión 516 de Comisión de la Comunidad Andina y la Resolución 797 de la Secretaría General de la Comunidad Andina. Asimismo, declaro que la comercialización será posterior a la presentación del presente documento cumpliendo estrictamente con las especificaciones de calidad definidas para el producto.

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Nombre completo:

Número de identificación (DNI):

Lugar y fecha,

Apéndice H: Lista de Marcas de Vitamina B12- Presentación en Capsulas - Elaboración propia

Item	Vitamina		Presentacion		Empresa	Costo venta
1	Mason B12	Cap.	1000 mcg	100cap.	Mason	S/68.00
2	Xtralife B12	Cap.	2500 mcg	60cap.	Xtralife	S/85.00
3	GNC B12	Cap.	1000 mcg	90cap.	GNC	S/49.00
4	Spring Valley B12	Cap.	2500 mcg	120cap.	Spring Valley	S/98.00

Apéndice I: Partida Arancelaria Vitamina B12- SUNAT

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCÍAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL 2936.26.00.00 ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAIS

TIPO DE PRODUCTO: LEY 29666-IGV 20.02.11

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

Apéndice J: Calculo de Tributos para importación

Valor US\$ FOB (o equivalente) establecido por la factura (en principio)
+
Valor US\$ Flete Internacional (documento de transporte)
+
Valor US\$ Seguro Internacional (en caso no estar asegurada se aplican tablas referenciales)

Valor en aduana = Base imponible

Apéndice K: Encuesta a Tiendas Orgánicas

Género:

Cargo en la Tienda:

Ubicación:

1. ¿Vende Vitamina B12 en su tienda?

- a. Si
- b. No

2. En promedio, ¿Cuántos frascos de Vitamina B12 en presentación de 60 capsulas venden por semana?

- a. Mayor o igual a 2
- b. De 3 a 5
- c. De 6 a 9
- d. De 10 a mas

3. ¿Consideraría la posibilidad de vender Vitamina B12 Orgánica en presentación en Spray?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Indeciso
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

4. ¿Considera que la demanda de Vitamina B12 en spray tendría mayor interés que la presentación en capsulas?

- a. Casi siempre verdad

- b. Usualmente verdad
 - c. Ocasionalmente verdad
 - d. Usualmente no verdad
 - e. Casi nunca verdad
5. Consideraría la necesidad de contar con productos de certificación orgánica, como la vitamina B12 en spray?
- a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Moderadamente importante
 - d. De poca importancia
 - e. Sin importancia
6. ¿La vitamina B12 que vende en su tienda es importada?
- a. Si
 - b. No
7. Los productos importados que tiene en su tienda, ¿Considera que son de mayor costo?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
8. ¿Consideraría tener una línea de suplementos orgánicos que sean importados?
- a. Muy importante

- b. Importante
 - c. Moderadamente importante
 - d. De poca importancia
 - e. Sin importancia
9. ¿Le gustaría contar con mayores presentaciones de vitamina B12?
- a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Moderadamente importante
 - d. De poca importancia
 - e. Sin importancia
10. ¿Consideraría tener vitamina B12 en presentación en Spray, sabor frambuesa en el stock de sus productos?
- a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Moderadamente importante
 - d. De poca importancia
 - e. Sin importancia
11. La empresa que le abastece de Vitamina B12, ¿Cuenta siempre con el stock necesario para el abastecimiento de su tienda?
- a. Casi siempre verdad
 - b. Usualmente verdad
 - c. Ocasionalmente verdad
 - d. Usualmente no verdad
 - e. Casi nunca verdad

12. ¿Qué punto considera necesario en sus proveedores?

- a. Calidad de Productos
- b. Gama de productos
- c. Buen precio
- d. Facilidades de pago
- e. Otros

13. ¿Cuándo se queda sin stock de vitamina B12 su proveedor le abastece en menos de 24 horas?

- a. Casi siempre verdad
- b. Usualmente verdad
- c. Ocasionalmente verdad
- d. Usualmente no verdad
- e. Casi nunca verdad

14. ¿Cuenta con su propio asesor de venta/comercial (Representante de la empresa proveedora)?

- a. Casi siempre verdad
- b. Usualmente verdad
- c. Ocasionalmente verdad
- d. Usualmente no verdad
- e. Casi nunca verdad

15. ¿Considera que es importante para una buena gestión de abastecimiento, el contar con un asesor de venta de la empresa proveedora?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Moderadamente importante

- d. De poca importancia
 - e. Sin importancia
16. ¿Su proveedor cuenta con información del producto a venderle?
- a. Casi siempre verdad
 - b. Usualmente verdad
 - c. Ocasionalmente verdad
 - d. Usualmente no verdad
 - e. Casi nunca verdad
17. ¿Le gustaría que su proveedor le brindara mayor información sobre los beneficios del producto a venderle?
- a. Casi siempre verdad
 - b. Usualmente verdad
 - c. Ocasionalmente verdad
 - d. Usualmente no verdad
 - e. Casi nunca verdad
18. ¿Su proveedor cuenta con certificaciones como: Certificación orgánica, certificado de buenas prácticas, entre otros?
- a. Casi siempre verdad
 - b. Usualmente verdad
 - c. Ocasionalmente verdad
 - d. Usualmente no verdad
 - e. Casi nunca verdad
19. ¿Considera importante que sus proveedores cuenten con estas certificaciones?
- a. Muy importante
 - b. Importante

- c. Moderadamente importante
- d. De poca importancia
- e. Sin importancia