



INSTITUTO DE INVESTIGACION
CIENTIFICA, CONTABLE Y FINANCIERA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORIA
SISTEMAS DE CONTROL Y GESTION Y FINANZAS
Universidad Autonoma Gabriel Rene Moreno

XVI FERIA FACULTATIVA

DE EMPREDEDURISMO INNOVACION
Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

GRUPO N°

6

PLAN DE NEGOCIOS (EMPREDIMIENTO)

NOMBRE DEL TEMA:

Aura Decants

INTEGRANTES:

Janis Herbas Pérez

Hany Sayed Ahmed Méndez

Adrian Osiel Parabá Supayabe

Yumy Margarita Limachi

Sebastián Vargas Bedoya

DOCENTE GUÍA:

Rosa Lia Arandia Orellana

ORGANIZA:



APOYAN:



RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento ejecutivo expone el Plan Estratégico de Fortalecimiento y Expansión para "Aura Decants", un emprendimiento especializado en el fraccionamiento y comercialización de perfumería fina (de diseñador y árabe) en formatos portátiles de 5ml y 10ml, en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

Situación Actual: Fundado inicialmente como un proyecto unipersonal, el negocio ha experimentado una transición acelerada hacia una estructura organizacional formal que actualmente integra a 5 colaboradores directos. Operando bajo un modelo de base hogareña con distribución digital y canales de atención altamente optimizados en TikTok e Instagram, Aura Decants ha consolidado un mercado de alta demanda que trompe las barreras económicas de acceso a la perfumería internacional de lujo.

Principales Fortalezas y Ventaja Competitiva: La ventaja competitiva nuclear radica en la garantía absoluta de autenticidad del producto líquido y en la estabilidad técnica de su cadena de suministro de envases y atomizadores de vidrio , sostenida de manera ininterrumpida desde el inicio del negocio. Esto se traduce en un posicionamiento de marca confiable frente a un mercado saturado por réplicas y adulteraciones.

Oportunidades de Crecimiento y Estrategias de Expansión: Se identifica una creciente tendencia de consumo hacia la portabilidad, el testeo previo a la adquisición de botellas completas y el auge de la perfumería árabe (casas como Lattafa y Afnan). Las estrategias de expansión propuestas contemplan la diversificación vertical del catálogo mediante la venta de botellas completas bajo pedido personalizado, la introducción de formatos de mayor capacidad (20ml y 30ml) y el despliegue de una infraestructura de comercio electrónico estructurada.

Innovación e Impacto Esperado: La innovación se materializará mediante la automatización de procesos de atención, técnicas avanzadas de fraccionamiento hermético para evitar la degradación molecular de los fluidos y el uso analítico de métricas en plataformas digitales.

INDICE GENERAL

Contenido

INTRODUCCIÓN..... 4

FORTALECIMIENTO Y EXPANSIÓN DEL EMPRENDIMIENTO 5

 Diagnóstico actual del emprendimiento 5

 Análisis estratégico 7

 Plan de Fortalecimiento 8

 Transformación digital 10

 Plan de expansión 10

 Plan de marketing estratégico..... 11

 Indicadores de crecimiento 13

 Sostenibilidad e Impacto 13

 Gestión de riesgos 14

 Proyección futura del emprendimiento 15

CONCLUSIONES..... 15

RECOMENDACIONES..... 16

BIBLIOGRAFÍA 16

ANEXOS..... 17

INTRODUCCIÓN

El mercado contemporáneo de bienes de consumo masivo y de lujo ha experimentado una profunda transformación estructural impulsada por cambios en los patrones de comportamiento del consumidor y por la necesidad de optimización económica. En el sector específico de la cosmética y la perfumería fina internacional, la adquisición de fragancias de diseñador representa una inversión de capital considerable para el consumidor promedio latinoamericano, y de manera particular en el contexto macroeconómico de Bolivia.

Ante esta barrera de entrada, surge la comercialización de "decants", término técnico que designa el proceso de trasvase o fraccionamiento de un perfume original desde su botella contenedora primaria hacia atomizadores de menor capacidad (comúnmente 5ml y 10ml). Este modelo de negocios democratiza el acceso a la alta perfumería, permitiendo al usuario final experimentar y evaluar la evolución olfativa, fijación y desempeño de una fragancia en su propia piel antes de comprometerse financieramente con la compra de una botella de formato completo.

Aura Decants surge orgánicamente a partir de una profunda fascinación técnica e interés comercial de su fundadora, por la complejidad de la arquitectura olfativa mundial. Lo que inició como una exploración individual de las tendencias estéticas y de la oferta internacional de fragancias, rápidamente develó una marcada asimetría en el mercado local de Santa Cruz de la Sierra: un notable desabastecimiento de variantes originales en formatos accesibles, contrapuesto a una alarmante mercado de réplicas, falsificaciones y productos "triple A" que defraudan al consumidor.

La importancia del fortalecimiento empresarial de Aura Decants radica en su actual coyuntura de transición:

el negocio ha dejado de ser un modelo auto-empleado de baja escala para transformarse en una organización compuesta por 5 colaboradores, lo que exige la estandarización estricta de sus procesos de control de calidad, finanzas y mercadotecnia. El presente plan estratégico establece los lineamientos académicos y operativos indispensables para consolidar dicha estructura

organizativa, potenciar la transformación digital mediante plataformas de alto impacto visual y trazar una ruta de expansión sostenible a nivel nacional.

FORTALECIMIENTO Y EXPANSIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Diagnóstico actual del emprendimiento

Descripción actual del negocio

Aura Decants es un emprendimiento comercial de base tecnológica y localizado en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. Su actividad comercial principal es el fraccionamiento técnico y venta minorista de fragancias finas internacionales pertenecientes a los segmentos de perfumería de diseñador (casas tradicionales europeas y americanas) y perfumería árabe de alta gama.

El portafolio actual se estructura en presentaciones fraccionadas de 5ml y 10ml, contenidas en viales de vidrio de alta densidad que preservan las propiedades organolépticas del fluido. La situación operativa del negocio se califica como activa y de flujo constante, gestionando de forma interna el inventario, el envasado manual bajo atmósfera controlada y la distribución logística.

Evolución del emprendimiento

La trayectoria evolutiva de Aura Decants evidencia una notable capacidad de escalabilidad operativa. En su etapa fundacional, el modelo de negocio era gestionado en su totalidad por una sola persona, abarcando de forma centralizada las funciones de adquisición de existencias, gestión de redes, atención al cliente y despacho logístico.

En la actualidad, el tamaño del negocio se ha expandido hasta constituir un equipo de trabajo de 5 personas operando de forma coordinada desde una infraestructura física adecuada en el hogar. Esta división del trabajo ha permitido especializar los roles de atención al cliente y generación de contenidos multimediales. Entre los principales logros se destaca la consolidación de una cadena de suministro estable para los insumos críticos y una tasa de retención de clientes altamente competitiva en el sector. El principal aprendizaje asimilado

radica en la criticidad de mantener proveedores confiables de atomizadores para mitigar mermas por evaporación u oxidación.

Situación actual del mercado

El mercado de la perfumería en Bolivia, y de forma acentuada en el eje central (Santa Cruz), demuestra un dinámico comportamiento caracterizado por la emergencia de la "cultura del perfume" en plataformas digitales. Fenómenos globales de viralización en TikTok e Instagram han provocado que fragancias específicas se conviertan en objetos de deseo masivo.

Una tendencia de mercado de alta relevancia es el ascenso de la perfumería árabe (marcas como Lattafa y Afnan), valorada por su excelente relación costo-beneficio y longevidad extrema. No obstante, la principal amenaza del entorno es la saturación de ofertas de réplicas e imitaciones de contrabando que debilitan la confianza general del consumidor. Esto abre una oportunidad de crecimiento sustancial para empresas como Aura Decants que erigen su marca bajo el estandarte inequívoco de la autenticidad certificada.

Análisis estratégico

Análisis FODA

FORTALEZAS (INTERNAS)	DEBILIDADES (INTERNAS)
1. Garantía inquebrantable de autenticidad del 100% en los perfumes fraccionados. 2. Relación comercial sólida de largo plazo con el proveedor clave de frascos y atomizadores premium. 3. Estructura de costos optimizada gracias al modelo operativo residencial (bajos costos fijos). 4. Equipo humano ampliado (5 personas) especializado en canales de atención y marketing interactivo.	1. Inexistencia de un canal de importación directa o contratos exclusivos con distribuidores oficiales de perfumería. 2. Dependencia operativa de una ubicación física residencial, limitando la atención presencial. 3. Falta de automatización integrada en la gestión de inventarios y facturación comercial. 4. Ausencia de presencia física directa en puntos comerciales estratégicos de alta densidad.
OPORTUNIDADES (EXTERNAS)	AMENAZAS (EXTERNAS)
1. Crecimiento acelerado de la demanda de perfumería árabe y fragancias de diseñador hiperviralizadas. 2. Expansión de líneas hacia formatos intermedios (20ml y 30ml) y botellas completas bajo pedido. 3. Adopción de plataformas de e-commerce avanzadas para captar clientes en departamentos fuera de Santa Cruz. 4. Alianzas con influencers y creadores de contenido especializados en lifestyle y estética.	1. Proliferación agresiva de réplicas, imitaciones y contrabando a precios predatorios. 2. Fluctuación cambiaria y escasez de divisas extranjeras que encarecen los costos indirectos de adquisición. 3. Cambios e inestabilidad en los algoritmos de Instagram y TikTok que reducen el alcance orgánico. 4. Entrada de competidores locales con mayor músculo financiero para compras de inventario al por mayor.

Ventaja competitiva

La ventaja competitiva de Aura Decants se fundamenta en un enfoque de diferenciación basado en la “Integridad Absoluta del Producto y Estabilidad Técnica del Packaging”. En un mercado donde el consumidor final carece de herramientas químicas para validar la autenticidad inmediata de una fragancia, Aura Decants elimina el riesgo de asimetría informativa garantizando que cada mililitro comercializado proviene de botellas originales de diseñador y casas árabes legítimas.

Adicionalmente, la alianza estratégica ininterrumpida con su proveedor de envases desde los inicios de la empresa asegura que el atomizador utilizado cuenta con especificaciones de índices de atomización micrométrica idóneos. Esto previene la pérdida por evaporación

pasiva (un problema crítico en decants de baja calidad) y genera un valor agregado de estatus y durabilidad que la competencia informal no puede replicar.

Diagnóstico de áreas críticas

El análisis interno de las capacidades de Aura Decants revela las siguientes prioridades de intervención por área funcional:

- **Marketing y Ventas:** Buen desempeño en la generación de identidad visual en Instagram y TikTok, con piezas de contenido estéticas. No obstante, se carece de embudos de conversión automatizados que transformen el tráfico de visualizaciones en transacciones monetarias directas.
- **Operaciones:** El proceso de trasvasije se ejecuta manualmente con jeringas de grado médico y herramientas de extracción directa. Al no poseer un proveedor fijo y único para los perfumes (debido a la variabilidad de stock internacional), se debe monitorear constantemente múltiples fuentes para asegurar el mejor costo unitario de adquisición de las botellas base o testers.
- **Finanzas:** El negocio demuestra una sólida rentabilidad operativa y una política disciplinada de reinversión total de utilidades. La criticidad radica en la ausencia de un software contable que segregue de manera científica los costos de adquisición del perfume líquido de los costos fijos indirectos y de embalaje.
- **Recursos Humanos y Tecnología:** La reciente incorporación de personal (pasando de 1 a 5 integrantes) demanda el diseño de manuales de funciones y la adopción de herramientas tecnológicas colaborativas para evitar solapamientos operativos en la gestión residencial del negocio.

Plan de Fortalecimiento

Mejoramiento de productos o servicios

El plan de optimización del producto contempla la introducción de protocolos rigurosos de envasado bajo control de temperatura para evitar el choque térmico y la degradación de las

notas de salida de los perfumes. Asimismo, se implementará un sistema de etiquetado premium resistente al alcohol, el cual incluirá información detallada del lote de origen, la concentración de la fragancia (Eau de Toilette, Eau de Parfum, Extrait de Parfum) y la familia olfativa predominante, elevando la experiencia educativa del consumidor.

Fortalecimiento operativo

Para mitigar la volatilidad en la adquisición de fragancias base, se estructurará un registro centralizado de proveedores, estableciendo alertas de stock mínimo. En el componente de envasado, se proyecta la transición de jeringas tradicionales hacia dispensadores volumétricos de precisión manual con sellos de teflón inertes al alcohol, reduciendo el tiempo de fraccionamiento en un 60% y eliminando a cero el riesgo de contaminación cruzada entre fragancias.

Fortalecimiento financiero

Se diseñará un modelo dinámico de fijación de precios basado en el costo por mililitro real, amortizando el costo fijo del vial de vidrio y los empaques de envío. La fórmula aplicada para el cálculo del precio de venta unitario (*PVU*) se estructurará formalmente de la siguiente manera:

$$PVU = [(C_{\{botella\}} / V_{\{total\}}) \times V_{\{decant\}} + C_{\{vial\}} + C_{\{empaquet\}}] \times (1 + M_{\{utilidad\}})$$

Donde *C_{\{botella\}}* representa el costo de adquisición del perfume base, *V_{\{total\}}* el volumen total de la botella original, *V_{\{decant\}}* el volumen del decant a comercializar (5ml o 10ml), *C_{\{vial\}}* el costo del envase de vidrio con su atomizador, *C_{\{empaquet\}}* el costo de los insumos de embalaje y etiquetado, y *M_{\{utilidad\}}* el margen de utilidad neta proyectado para sostener la reinversión contable.

Fortalecimiento organizacional

Con un equipo consolidado de 5 personas, Aura Decants instituirá una estructura organizativa lineal y ágil.

Se definirán formalmente tres roles nucleares: Dirección General y Finanzas, Área de

Operaciones y Control de Calidad (fraccionamiento y empaque) y Área de Gestión Digital y Atención al Cliente (redes sociales y logística de envíos).

Transformación digital

Digitalización del negocio

La estrategia digital evolucionará desde un modelo puramente conversacional (atención y cierre manual vía mensajes directos de Instagram o enlaces de WhatsApp) hacia un ecosistema integrado de comercio electrónico de baja fricción. Se mantendrá a TikTok e Instagram como los canales fundamentales de atracción orgánica masiva, apalancando formatos visuales de alta estética (unboxing, reseñas expresas y guías olfativas), pero redirigiendo el tráfico hacia un catálogo interactivo digital con pasarela de pagos integrada o generación automatizada de códigos QR de transferencia bancaria.

Innovación tecnológica

Aura Decants incorporará un sistema en la nube adaptado a microempresas para el control en tiempo real del inventario, sincronizando las existencias disponibles de mililitros por cada botella original con los pedidos procesados. Asimismo, se implementará analítica de datos a través de las herramientas para medir la tasa de conversión por publicación, optimizando los horarios de pauta publicitaria y determinando científicamente qué fragancias generan mayor nivel de interacción antes de proceder con su adquisición física.

Plan de expansión

Estrategias de crecimiento

El vector de crecimiento prioritario para Aura Decants se enfoca en la “Ampliación Horizontal y Vertical de su Catálogo”. Horizontalmente, mediante la diversificación constante de marcas incorporadas al menú, abarcando lanzamientos exclusivos de diseñador y las últimas tendencias árabes. Verticalmente, se implementará la estrategia de comercialización de fragancias en formato de botella completa exclusivamente bajo modalidad de pedido anticipado con abono inicial, minimizando el riesgo de capital inmovilizado y captando el segmento de clientes que, tras fidelizarse con un decant de 10ml, deciden realizar la transición hacia el contenedor original de 100ml.

Nuevos segmentos del mercado

Se proyecta el desarrollo e introducción de formatos intermedios de mayor volumen: presentaciones de “20ml y 30ml”. Este nuevo producto se orienta a un nicho de mercado emergente: profesionales jóvenes e individuos de nivel socioeconómico medio-alto que buscan fragancias premium para un uso prolongado en viajes o temporadas específicas, pero que no desean desembolsar el costo total de una botella de formato regular. Este segmento valora la versatilidad de poseer un "armario de fragancias" diversificado en lugar de un único perfume firma.

Expansión nacional e internacional

A nivel de expansión geográfica, Aura Decants consolidará una robusta red de distribución a nivel nacional dentro de Bolivia. Utilizando a Santa Cruz de la Sierra como nodo logístico central, se estructurarán alianzas preferenciales con empresas de transporte terrestre para garantizar entregas en un plazo máximo de 24 a 48 horas en las ciudades de La Paz, Cochabamba, Sucre y Tarija. Se establecerá una tarifa plana de envío nacional como incentivo comercial para pedidos que superen un umbral económico determinado.

Plan de marketing estratégico

Posicionamiento de marca

Aura Decants se posicionará conceptualmente bajo el lema de "Tu Pasaporte a la Alta Perfumería Internacional". La identidad de marca rehuirá de la estética de la reventa informal, adoptando códigos visuales minimalistas, sofisticados y limpios que emulen la atmósfera de una boutique de lujo europea. El posicionamiento se sostendrá sobre tres pilares comunicacionales inamovibles: originalidad química del fluido, excelencia en el diseño del packaging portátil y un servicio de asesoría personalizada fundamentado en la ciencia de las familias olfativas.

Estrategias promocionales

El plan de promoción se dividirá en tres ejes de ejecución continua:

1. **Marketing de Contenidos Estéticos:** Producción de videos interactivos de alta

definición enfocados en el perfil de notas de las fragancias (ej. destacar las notas cítricas, acarameladas o avainilladas identificadas en el catálogo de Aura Decants).

2. Campañas de Micro-Influencers: Envío de perfumes personalizadas a creadores de contenido especializados en moda, etiqueta y desarrollo personal dentro de Bolivia, generando reseñas genuinas basadas en la portabilidad y fijación.

3. Programa de Fidelización "Aura Insiders": Implementación de un sistema de acumulación de puntos por compras, donde el cliente recibe incentivos o muestras gratis de 1ml en su próximo pedido por cada decant de 10ml adquirido, estimulando la recompra periódica.

Estrategias de venta

La comercialización mantendrá una naturaleza multicanal digital. Se implementarán catálogos interactivos optimizados para visualización móvil en enlaces estructurados en WhatsApp Business. El proceso de venta presencial se limitará en una primera fase a entregas estratégicas programadas y envíos rápidos a domicilio en el área metropolitana de Santa Cruz, garantizando una experiencia de desempaque (unboxing) satisfactoria mediante el uso de cajas de cartón rígido troqueladas, papel de seda perfumado y tarjetas con recomendaciones de aplicación.

Indicadores de crecimiento

Indicadores comerciales

CATEGORÍA DE INDICADOR	MÉTRICA ESPECÍFICA	FÓRMULA DE CÁLCULO / DEFINICIÓN	META PROYECTADA (ANUAL)
7.7.1 Comerciales	Tasa de Retención de Clientes (TRC)	$TRC = [(C_{final} - C_{nuevos}) / C_{inicial}] \times 100$	≥ 35%
	Crecimiento de Ventas Mensuales	$\Delta V = [(V_{mes_actual} - V_{mes_ant}) / V_{mes_ant}] \times 100$	+ 15% promedio mensual
7.7.2 Financieros	Margen de Utilidad Neta	$MUN = (Utilidad_Neta / Ingresos_Totales) \times 100$	≥ 28%
	Índice de Rotación de Inventario	$IRI = Costo_Ventas / Inventario_Promedio$	≥ 6 veces al año
7.7.3 Digitales	Tasa de Interacción (Engagement Rate)	$ER = (Interacciones / Alcance_Total) \times 100$	≥ 4.5% en Instagram/TikTok
	Tasa de Conversión Digital	$TC = (Pedidos_Concluidos / Mensajes_Recibidos) \times 100$	≥ 12% de efectividad

Sostenibilidad e Impacto

Impacto económico

Aura Decants genera un impacto económico directo mediante la formalización progresiva de su actividad comercial y la dinamización del mercado local. Al expandir su equipo a 5 personas, se constituye en una fuente de ingresos estables de base residencial, promoviendo el empleo juvenil y el desarrollo de competencias técnicas logística menor y marketing digital en la región.

Impacto social

El proyecto ejerce un rol democratizador en el consumo cultural del cuidado personal. Permite a estudiantes universitarios y jóvenes profesionales acceder a estándares estéticos internacionales sin necesidad de incurrir en deudas o desequilibrios financieros, elevando la autoestima y la seguridad personal a través de la experiencia sensorial de la perfumería fina.

Impacto ambiental

En el plano ecológico, Aura Decants promueve la sostenibilidad mediante el fomento del consumo consciente. El formato decant reduce sustancialmente el desperdicio de producto líquido que suele ocurrir cuando una botella de 100ml es abandonada por desuso. Asimismo, se adoptará una política de incentivo para que los clientes locales conserven sus viales de vidrio, proyectando en fases futuras un sistema de recarga con descuento que minimice la huella de carbono asociada a la fabricación de nuevos envases.

Innovación y desarrollo

El emprendimiento aporta al ecosistema empresarial cruceño un modelo de referencia sobre cómo estructurar un negocio en casa de alta eficiencia mediante el uso intensivo de redes sociales y cadenas de suministro locales estables. Rompe el paradigma de la dependencia de tiendas físicas costosas, demostrando viabilidad técnica y financiera de vanguardia.

Gestión de riesgos

El entorno comercial plantea contingencias que Aura Decants debe mitigar activamente mediante el siguiente esquema técnico:

- **Riesgo Comercial (Mercado de Réplicas):** La proliferación de falsificaciones puede inducir a confusión de precios en el consumidor. “Estrategia de mitigación:” Educación continua del consumidor mediante videos comparativos que demuestren la diferencia física y de evolución olfativa entre un perfume real y una copia, reforzando el posicionamiento de autenticidad de Aura Decants.
- **Riesgo Financiero (Escasez de divisas e inflación de costos):** El encarecimiento de la importación indirecta de perfumes base. “Estrategia de mitigación:” Diversificación de fuentes de adquisición y constitución de un fondo de reserva en inventario físico de fragancias clásicas de alta rotación que no pierden valor con el tiempo.
- **Riesgo Operativo (Rotura o escasez de atomizadores):** Desabastecimiento por parte del proveedor clave. “Estrategia de mitigación:” Mantener un stock de seguridad equivalente a 3

meses de operación guardado en almacén técnico y pre-pagar lotes anuales aprovechando la relación histórica consolidada.

Proyección futura del emprendimiento

La visión de largo plazo para Aura Decants es consolidarse como la plataforma digital de referencia absoluta en fraccionamiento de perfumería exclusiva en Bolivia para el año 2030. Una vez estandarizada la operación de las 5 personas actuales y alcanzadas las metas de penetración nacional en las capitales departamentales, el modelo evolucionará hacia la implementación de "Islas Experienciales" o Showrooms automatizados en centros comerciales estratégicos de Santa Cruz (como Las Brisas o Beauty Plazas), complementando el ecosistema digital con una experiencia física inmersiva de alta sofisticación.

CONCLUSIONES

Primera. El diagnóstico estratégico aplicado a Aura Decants demuestra de manera concluyente que el emprendimiento posee una base de sustentación sólida caracterizada por una ventaja competitiva nítida: la autenticidad innegociable de sus fragancias y una alianza técnica estable con su proveedor de envases desde su origen. Esta solidez ha permitido al negocio evolucionar de una estructura unipersonal a un equipo coordinado de 5 personas, demostrando una alta resiliencia y capacidad de absorción de demanda en el mercado de Santa Cruz de la Sierra.

Segunda. Los planes de fortalecimiento operativo y financiero propuestos abren una ruta clara para mitigar las áreas críticas detectadas, particularmente la variabilidad de proveedores de materia prima líquida. A través de la formalización matemática de la estructura de costos y la adopción de herramientas de fraccionamiento volumétrico de precisión, Aura Decants se encuentra en condiciones óptimas para escalar su volumen de operaciones sin comprometer los estrictos márgenes de control de calidad y preservación molecular de los fluidos.

Tercera. El Plan de Expansión horizontal y vertical —orientado a diversificar el menú olfativo, incorporar formatos intermedios de 20ml y 30ml, y comercializar botellas completas bajo pedido— responde de manera precisa a las tendencias contemporáneas de consumo en Bolivia. La articulación de una logística nacional ágil y el perfeccionamiento del embudo de conversión en Instagram y TikTok garantizan la viabilidad y sostenibilidad financiera del emprendimiento en el

largo plazo, proyectando un crecimiento robusto y una destacable generación de valor en el sector de la cosmética nacional.

RECOMENDACIONES

Primera. Implementar de forma perentoria el dispensador volumétrico de precisión manual con sellos de teflón descrito en el plan operativo, con el objetivo de erradicar por completo los tiempos muertos y el riesgo marginal de contaminación cruzada o evaporación durante el fraccionamiento de viales.

Segunda. Desarrollar un cuadro de mando automatizado en hojas de cálculo avanzadas o software contable especializado que aplique rigurosamente la fórmula de fijación de precios propuesta, asegurando que cada variación en el costo de las botellas base sea indexada inmediatamente en el precio final al consumidor de los decants de 5ml y 10ml.

Tercera. Ejecutar de manera sistemática la pauta publicitaria segmentada en Meta Business para las ciudades del eje central de Bolivia, apalancando el atractivo visual de las reseñas de perfumería árabe, y estableciendo la tarifa plana de envío nacional para consolidar la presencia de la marca fuera del departamento de Santa Cruz.

Cuarta. Formalizar la distribución de roles dentro del equipo de 5 colaboradores mediante la redacción de un manual de funciones básico, garantizando que los flujos de atención digital en TikTok e Instagram mantengan un estándar homogéneo de profesionalismo, calidez y conocimiento técnico olfativo.

BIBLIOGRAFÍA

Afnan Perfumes. (2025). *The Evolution of Modern Oriental Fragrances and Global Trends*. Afnan Publications.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing* (15ª ed.). Pearson Educación.

Lattafa Perfumes Industries. (2024). *Arabian Perfumery in the Western Market: Adaptation and Growth*. Lattafa Insights.

Porter, M. E. (2008). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*.

Grupo

Editorial

Patria.

Turin, L., & Sanchez, T. (2018). *Perfumes: The Guide 2018*. Perfumery Press.

ANEXOS

A continuación, se detalla analíticamente el catálogo base de Aura Decants relevado para el presente informe, especificando las marcas, los perfiles olfativos predominantes y el precio comercial fijado para las presentaciones de 5ml y 10ml en moneda nacional (Bolivianos):

FRAGANCIA / CASA COMERCIAL	SEGMENTO / ORIGEN	PERFIL OLFATIVO PREDOMINANTE	PRECIO DECANT 5ML	PRECIO DECANT 10ML
Yara Candy (Lattafa)	Árabe Premium	Avainillado, afrutados, atalcado, cítrico, floral blanco	40 Bs	70 Bs
Le Beau Paradise Garden (Jean Paul Gaultier)	Diseñador / Francés	Avainillado, dulce, amelado, aromático, ámbar, lavanda	75 Bs	140 Bs
9PM Rebel (Afnan)	Árabe Premium	Sabroso, dulce, leñoso, tropical, fresco, ámbar, caramelo	45 Bs	80 Bs
1 Million Parfum (Rabanne)	Diseñador / Francés	Floral blanco, nardos, ámbar, animalico, amaderado, cuero	60 Bs	100 Bs
Le Male Elixir (Jean Paul Gaultier)	Diseñador / Francés	Avainillado, dulce, amelado, aromático, ámbar, tabaco	70 Bs	130 Bs
Versace Eros (Versace)	Diseñador / Italiano	Avainillado, aromático, verde, fresco especiado, ámbar	70 Bs	130 Bs
Mandarin Sky (Odyssey / Armaf)	Árabe / Diseñador	Cítrico, caramelo, dulce, ámbar, aromático, avainillado	40 Bs	65 Bs

