



PROPUESTA FORMAL DE CONSULTORÍA

Kapyderm → Perú

Market Entry Framework · Evaluación estratégica de
entrada al mercado peruano

• DOCUMENTO DE ACCESO RESERVADO

Master Conector™ · Junio 2026

01 · CONTEXTO Y OBJETIVO

Qué buscamos validar

Laboratorios Kapyderm S.L. evalúa la entrada de su línea de dermatología al mercado peruano. Antes de comprometer inversión, socios o lanzamiento comercial, es necesario validar tres preguntas que determinan si la entrada tiene sentido y cómo debe ejecutarse.

¿Existe demanda real y accesible para el modelo de Kapyderm en Lima? El atractivo de mercado no se valida con datos sectoriales genéricos, sino con la lectura específica del canal, el consumidor y la competencia local.

¿Qué socio puede operar el negocio, no solo distribuirlo? El modelo de Kapyderm requiere un operador con red, capital y disposición a aprender — no un importador pasivo.

¿Qué ruta de entrada minimiza el riesgo regulatorio y comercial? Perú impone requisitos sanitarios y aduaneros específicos que deben mapearse antes de cualquier compromiso comercial.

Por qué no se recomienda entrar sin estructurar la ruta: entrar a un mercado sin validar socio, canal y regulación expone a Kapyderm a tres riesgos concretos: elegir un socio equivocado, subestimar la fricción regulatoria, y construir una estrategia comercial sobre supuestos no verificados. El coste de corregir estos errores después de invertir es siempre mayor que el coste de validarlos antes.

02 · DIAGNÓSTICO PRELIMINAR

Oportunidad real, entrada condicionada



• Stand-by estratégico

Score global preliminar

El mercado muestra señales positivas, pero requiere validación de socio, canal, regulación y capacidad operativa antes de invertir con fuerza.

Este score preliminar se ha calculado a partir de cinco dimensiones de evaluación: mercado y demanda potencial, marco legal y fiscal, logística y capacidad operativa, riesgos comerciales y competitivos, y socio local y modelo de activación. Un score de 7.0 indica una oportunidad por encima del umbral mínimo de interés, pero todavía no del umbral de inversión sin condiciones.

Interpretación: Kapyderm tiene argumentos sólidos para entrar a Perú — pero la decisión de avanzar con fuerza comercial debe esperar a que se resuelvan las dos variables que más penalizan el score actual: la identificación de un socio operador cualificado, y la claridad sobre el camino regulatorio sanitario.

El objetivo de esta consultoría es precisamente resolver esas dos variables en un plazo de tres meses, antes de que Kapyderm comprometa capital de lanzamiento.

02 · DIAGNÓSTICO PRELIMINAR

Las cinco dimensiones del diagnóstico

El score global se descompone en cinco dimensiones independientes. Cada una aporta una lectura distinta del proyecto y permite identificar con precisión dónde está la fricción real, en lugar de diluir el diagnóstico en una sola cifra.

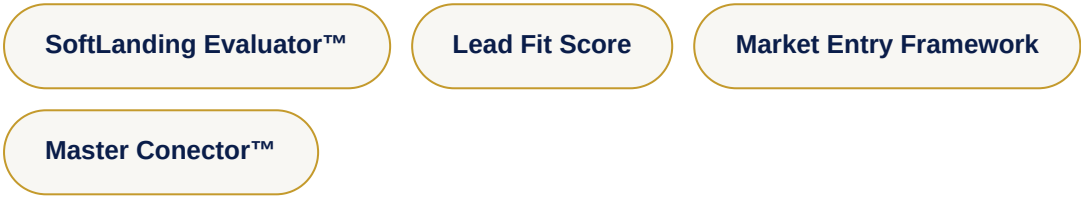
Dimensión	Qué evalúa
01 · Mercado y demanda potencial	Atractivo del sector, hábitos de compra, canal profesional y oportunidad para una propuesta especializada.
02 · Marco legal, fiscal y regulatorio	Condiciones de entrada, requisitos iniciales, fricciones regulatorias y validaciones necesarias.
03 · Logística y capacidad operativa	Viabilidad de envío, distribución, stock inicial, soporte y operación local.
04 · Riesgos comerciales y competitivos	Competencia, sustitutos, barreras de adopción, sensibilidad de precio y diferenciación.
05 · Socio local y modelo de activación	Capacidad del socio para operar, invertir, reclutar, activar red y sostener el modelo.

Las dimensiones 02 y 05 son, hoy, las que más condicionan el score global. Por eso la consultoría dedica una etapa completa a cada una: la Etapa 1 profundiza en mercado y regulación; la Etapa 2 se dedica enteramente a cualificar al socio.

03 · METODOLOGÍA APLICADA

Cuatro herramientas, una sola ruta

Cada etapa de este proyecto se apoya en una herramienta específica de Master Conector™, diseñada para responder una pregunta concreta del proceso de entrada.



Herramienta	Qué responde
SoftLanding Evaluator™	¿El mercado peruano tiene atractivo suficiente y qué riesgos presenta la entrada?
Lead Fit Score	¿Qué candidato a socio tiene el perfil adecuado de red, capital y compromiso?
Market Entry Framework	¿Cuál es la secuencia correcta de pasos comerciales, regulatorios y de canal?
Master Conector™	¿Cómo se ordena, conecta y acompaña todo el proceso de forma coherente?

Estas herramientas no se aplican de forma aislada: se integran en una secuencia de tres etapas de trabajo, descrita en la siguiente sección.

03 · METODOLOGÍA APLICADA

Qué evalúa cada herramienta

SoftLanding Evaluator™ — atractivo del mercado, encaje del modelo de negocio, marco regulatorio inicial, logística y operación, riesgos críticos, potencial de activación, condiciones mínimas para avanzar.

Lead Fit Score — red comercial en Lima, capital y capacidad inversora, experiencia en venta directa o canal profesional, disponibilidad y compromiso, fit personal y cultural, capacidad de aprendizaje técnico, capacidad de ejecución local. Umbral mínimo recomendado: 60/100 puntos.

Market Entry Framework — modelo de entrada recomendado, prioridades de canal, perfil de socio ideal, narrativa comercial local, etapas de activación, hoja de ruta 12 meses, criterios de decisión.

El resultado de aplicar las tres herramientas en secuencia no es un informe descriptivo: es una decisión de entrada con ruta, riesgos identificados y un socio cualificado, lista para someterse a comité de dirección.

04 · ETAPAS DE TRABAJO

Tres meses, tres etapas

01 Validación del potencial del mercado peruano

Evaluamos atractivo de mercado, barreras iniciales, encaje del modelo de Kapyderm y riesgos prioritarios. Mes 1.

02 Identificación de canales y socios estratégicos

Cualificamos perfiles de socio y canal mediante el Lead Fit Score: red comercial en Lima, capital y capacidad inversora, experiencia en venta directa, disponibilidad y compromiso, fit personal y cultural. Umbral mínimo aceptable: 60/100 puntos. Mes 2.

03 Estrategia de lanzamiento en Perú + hoja de ruta 12 meses

Definimos modelo de entrada, prioridades comerciales, secuencia de activación y roadmap de crecimiento sostenible para los siguientes 12 meses. Mes 3.

ROADMAP 12 MESES

0-3 MESES

Validación estratégica

Lectura de mercado y diseño de entrada.

4-6 MESES

Activación inicial

Primeras conversaciones y validación de canales.

7-9 MESES

Consolidación comercial

Ajustes del modelo y priorización de oportunidades.

10-12 MESES

Crecimiento sostenible

Optimización y preparación de la siguiente fase.

05 · CUALIFICACIÓN DE SOCIOS

El socio correcto no se elige por entusiasmo. Se cualifica.

La búsqueda de socio estratégico no se basará en afinidad personal ni en contactos sueltos. Se usará una matriz de cualificación — el Lead Fit Score — para evaluar si el candidato tiene red, capital, experiencia, compromiso y fit con el modelo Kapyderm.

Dimensión	Qué evalúa
Red comercial en Lima	Capacidad de abrir conversaciones con actores relevantes del sector belleza, salud, wellness, estética o canal profesional.
Capital y capacidad inversora	Disponibilidad real para sostener el arranque sin depender de resultados inmediatos.
Experiencia en venta directa o canal profesional	Conocimiento de modelos basados en consultores, recomendación, formación o red comercial.
Disponibilidad y compromiso	Tiempo, foco y capacidad operativa para liderar el proyecto localmente.
Fit personal, cultural y técnico	Alineación con la metodología Kapyderm, capacidad de aprendizaje y seriedad para representar la marca.

Cada candidato recibe un score sobre 100 puntos y una clasificación: **Go**, **Revisar** o **Descartar**. Umbral mínimo aceptable para avanzar a negociación: **60/100 puntos**.

06 · EQUIPO ASIGNADO

Roles claros para una decisión mejor informada

Consultor	Responsabilidades
Daniel Chirinos Estrategia, metodología y estructura ejecutiva	Dirección estratégica del análisis · Aplicación de metodología E5™ / Market Entry Framework · Estructuración del diagnóstico · Definición de narrativa de entrada · Criterios de decisión · Preparación de entregables ejecutivos · Lectura de posicionamiento y modelo comercial.
Rosario Tejada Validación local, prospección y activación en Perú	Lectura comercial del mercado peruano · Validación de actores locales · Identificación de perfiles de socio/canal · Activación de red local · Coordinación de conversaciones clave · Feedback de mercado · Apoyo en priorización de oportunidades reales.

Daniel ordena la decisión estratégica. Rosario conecta esa decisión con el mercado peruano real.

07 · ENTREGABLES

Qué recibe Kapyderm al cierre del proyecto

Cada etapa cierra con entregables ejecutivos concretos, no informes genéricos. Al finalizar los tres meses, Kapyderm dispondrá de:

✓ Diagnóstico ejecutivo del potencial de Perú	✓ Score de viabilidad actualizado
✓ Análisis de oportunidades y fricciones	✓ Criterios de entrada recomendados
✓ Matriz de cualificación de socios	✓ Perfil del socio estratégico ideal
✓ Recomendaciones de canal	✓ Estrategia de lanzamiento
✓ Hoja de ruta comercial 12 meses	✓ Recomendaciones ejecutivas de decisión

Todos los entregables se presentan en formato ejecutivo, listos para someterse a comité de dirección o consejo de administración.

08 · PROPUESTA ECONÓMICA

Inversión y forma de pago

Duración: 3 meses de trabajo.

COSTE TOTAL DEL PROYECTO

12.000 €

+ IVA · 3 cuotas de 4.000 € + IVA, pagaderas al comienzo de cada mes de trabajo

MES 1

4.000 €

Validación de mercado

MES 2

4.000 €

Canales y socios

MES 3

4.000 €

Estrategia y roadmap

La inversión cubre metodología, análisis, criterio estratégico, estructuración comercial y entregables ejecutivos descritos en las páginas anteriores.

09 · CONDICIONES Y EXCLUSIONES

Qué cubre y qué no cubre la inversión

Para evitar ambigüedad en la ejecución del proyecto, se detallan a continuación los conceptos cubiertos y los excluidos de la propuesta económica.

La inversión cubre

- ✓ Metodología y análisis
- ✓ Criterio estratégico
- ✓ Estructuración comercial
- ✓ Entregables ejecutivos
- ✓ Acompañamiento estratégico según alcance

No incluye

- Gastos legales
- Trámites regulatorios, registros y tasas
- Muestras e importaciones
- Viajes
- Costes operativos de implementación
- Honorarios de terceros especialistas
- Campañas comerciales e inversión publicitaria

Cualquier servicio adicional fuera de este alcance —asesoría legal, trámites DIGEMID, viajes a Lima, campañas de marketing— se presupuesta de forma independiente y se acuerda por separado antes de iniciarse.

10 · PRÓXIMO PASO

De la propuesta a la ejecución

- 01 Aprobación de la propuesta por dirección de Kapyderm.
- 02 Reunión de kick-off estratégico para alinear expectativas, calendario y puntos de contacto.
- 03 Inicio de la Etapa 1 — Validación del potencial del mercado peruano.
- 04 Entrega ejecutiva al cierre de cada etapa, con revisión conjunta antes de avanzar a la siguiente.

Aprobar inicio de consultoría

contacto@masterconector.com

Master Conector™ — Daniel Chirinos