Carrera: LIC. Contador Público III

Maestra: Angélica Gutiérrez Limón

angelicagtz@gmail.com

Tema: Venta de Cosméticos

Integrantes del proyecto:

Erendira Karina Maya Jazo

Kari_sponge@live.com.mx

Leopoldo Aguirre padilla

Polo-11@live.com.mx

Kristian Jesús Gómez Hernández

Kristian_1617@live.com.mx

Oscar Omar Maya Jazo

Oscar_27@live.com.mx

Juan Gutiérrez Isordia

Wolfman_juan@hotmail.com

Sandra García Fuentes

Sandry39@live.com.mx

Omar Hernández Ibarra

Omar_knb@hotmail.com

INDICE

Introducción	3
Justificación	4
Hipótesis o supuestos	10
Metodología	10
Antecedentes	12
Fundamentos teóricos	14
Propuesta del proyecto	15
Conclusiones	19
Recomendación	19
Bibliografía	23

VENTA DE COSMETICOS

Introducción

Los cosméticos son en general un término que se aplica al uso externo para acondicionar y embellecer el cuerpo, limpiando, coloreando, suavizando o protegiendo la piel, el pelo, las uñas, los labios o los ojos.

El empleo casi universal de los cosméticos en los tiempos modernos ha crecido junto con el estudio científico de los ingredientes empleados. Esta investigación, que fue iniciada en el siglo XIX por los franceses, condujo al desarrollo de más y mejores productos a menor precio.

El uso de cosméticos y perfumes no se limita a las mujeres, como acaso pudiera suponerse. Los preparados que utilizan los hombres comprenden polvos, colonias, lociones (especialmente las que contienen alcohol para su aplicación después del afeitado), tónicos para el cabello, con una base de quinina o de alcohol, y desodorantes.

Las ventas anuales de productos de belleza para hombres y mujeres hacen que esta industria tenga hoy un importante desarrollo y que sea muy rentable.

Con este proyecto buscaremos alcanzar las mejores ventas sobre las principales y más vendidas marcas a nivel estatal; como lo son: Dermatisse, Italia, Mary Kay, Revlon, Mac y Bissu.

“Con esto también pretendemos dar a conocer la calidad al igual de sus materias primas y asegurar que los productos cumplan con los requerimientos necesarios para nuestro consumidor”. (GUZMAN, 2000, pág. 2)

Análisis del problema

Obtener resultados mensuales para saber el aumento que tenemos de la venta de nuestros productos por mes.

Justificación

Se considera importante hacer una regresión lineal de los ingresos de venta de cosméticos como análisis para la toma de decisiones.

Objetivos generales

- Preparar los productos con insumos de óptima calidad.
- Cubrir al máximo la demanda en materia de producción.
- Contribuir que los productos utilizados en la materia prima no sean tóxicos.
- Estar abiertos y atentos a las nuevas tendencias y necesidades de la moda, para asimilarlas y responder en forma proactiva y práctica, manteniendo la vigencia de la empresa.
- Garantizar la plena y confiable utilización de nuestros productos.

Objetivos específicos

- Formar a profesionales de primera línea que trabajen por la misión de la organización, entendiendo que esa es totalmente compartida por ellos.
- Mantener los productos siempre al nivel que el cliente los necesite.
- Ser una de las empresas más importantes del país relacionada en todas las áreas que le competen.

Como parte de la metodología nos formulamos las siguientes preguntas:

¿Qué quiero alcanzar?

- El principal objetivo de los cosméticos es el de realzar la belleza y apariencia del cuerpo humano.
- Ampliar su portafolio de clientes incluyendo sus afiliados con el fin de lograr una mayor comercialización y distribución del producto.

- Aplicar a una microempresa existente los conocimientos que se han adquirido con el propósito de mejorar el manejo operativo y comercial de la empresa.
- Calidad, Eficiencia y la Atención Personalizada a nuestros Clientes.

¿Cómo se vería en el futuro?

Como una empresa emprendedora que da a conocer sus productos y servicios con excelentes propuestas hacia el público joven y de todas las edades.

Ser la empresa en líder en:

- Ventas
- Producción
- Trabajo
- Mejores tendencias
- Financiamiento
- Asesoramiento
- La mejor en proyección
- Gestión de crédito
- Ser la líder en todos los aspectos.

¿Qué necesitamos para alcanzar las ventas de cosméticos?

- Publicidad, logotipo, mercadotecnia, patrocinio, periódico, tarjetas de presentación, trípticos, anuncios por la radio y televisión o internet.
- Buen precio: Descuentos, tarjetas a clientes exclusivos y mayoreo.
- Muestreo: juntas en localidades para hacer demostraciones gratuitas al cliente viendo la calidad y efecto de los productos.
- Dar a conocer los componentes y derivados de nuestros productos.

- Rendimiento: Duración y efectividad de nuestra calidad.
- Promociones: Paquetes individuales y descuentos por cierta cantidad de compra y regalos extras por cierta cantidad de compra.
- Descuentos al por mayor: Solo en compras mayores de 1000 pesos.

¿Cómo alcanzar el objetivo deseado?

- Mediante la propaganda y publicidad.
- Desempeño de los trabajadores y trabajo en equipo.
- Manejo en áreas administrativas
- Amabilidad con los clientes.
- Compromiso por cierta cantidad de productos vendidos mensualmente.
- Compro de material por medio de tandas.
- Tener manejo de entradas y salidas tanto en material como efectivo.

¿Dónde podemos vender más nuestros productos?

- Tiene que ser un local ubicado en zona céntrica.
- Por donde pase muchas personas para que se interesen por nuestros productos.
- Donde se localicen escuelas o sucursales de belleza.
- Donde haya pasarelas o modelaje ya que podemos ofrecer mucho nuestros productos.
- También tiene que ser un lugar amplio y apto para nuestros productos.

¿Para que la venta de productos de belleza?

- Para entrar al mercado y estar a un nivel alto de competitividad.

- Para dar a conocer nuestros productos y lograr las mejores ventas.
- Hacer que nuestras ventas sean exportadas nacionales e internacional.

¿Por qué causas usan cosméticos?

- Para tener una mejor presentación y verse siempre espectaculares y sentirse seguras y atractivas.
- Para levantarse el autoestima.
- Para tapar imperfecciones.
- Para tapar imperfecciones.

¿De qué dependes las ventas de nuestros productos?

- Del consumo de la gente.
- Por medio de la comunicación a través de persona en persona.
- De que estén las ventas estables y no haya bajas y aumentos de precio tener un precio fijo.
- De que el producto este en buenas condiciones y no estén maltratadas las presentaciones del producto.

¿Qué puedo eliminar?

- A los malos trabajadores.
- Los malos productos.
- Los productos que no se vendan.
- Eliminar a los malos clientes para que no haya atraso en nuestra economía.
- Gastos innecesarios.

¿Qué puedo agregar a la empresa?

- Diferentes productos de diferentes empresas para una ganancia extra.
- Personal que tenga buena socialización y estén dispuestos a trabajar.
- Más importaciones.
- Estar sacando más productos nuevos y al día.
- Tener gente que dé a conocer nuestros productos y en localidades y en salones para obtener más ventas.
- Crear una academia y ofreciendo paquetes y ganar un % más.

¿Consecuencia y objetivo obtenido de la venta de nuestros productos?

- Ser líder en el mercado y patrón de nuestro propio negocio.
- Ganar lo que nos proponemos para avanzar económicamente.

¿Quién depende de la venta de nuestros productos?

- Trabajadores, por que al no haber entrada de dinero son perdidas.
- También porque habrá más desempleo.
- Los clientes, ya que con nuestros buenos precios y calidad pueden economizar.
- Empresas.
- Especialmente las mujeres.

¿De que dependen las ventas de nuestros productos?

- Ventas
- Productos innovadores
- Variedad

- Presentación
- Promociones
- Descuentos
- Patrocinio
- Dar mejor precio que nuestra competencia.

¿Puede ser diferente?

- Por dar el mejor precio.
- Más promociones.
- Porque hay más descuentos.
- Porque hay fletes y acarreos a domicilio por una buena compra.

Impacto del proyecto

Los productos de cosmetología tendrán un impacto en el mercado innovador, orientado principalmente a un público joven que se interese por las propiedades y beneficios de los productos cosméticos.

Al igual que nuestra calidad.

Hipótesis

Varios productos y cosméticos contienen sulfatos que no son dañinos mientras se haga uso adecuado de ellos.

Visión

Alcanzar el nivel máximo de ventas.

Mediante:

- Nuestra excelente calidad
- precios y productos
- Publicidad
- Mercadotecnia
- Promociones
- Muestreos
- Buen servicio al cliente.

Misión

- Ofrecer un producto y servicio de embellecimiento para todas las personas que se quieran ver más atractivas, con resplandor y una belleza única.
- Ser una empresa emprendedora, exitosa, ambiciosa, pero factible.
- Ser el líder en ventas y así lograr un entusiasmo en los clientes a través de la mejora continua de nuestros productos y servicios.
- Guiada por la integridad, entusiasmo. Motivación, trabajo en equipo y la innovación de la gente.

Metodología

Para la realización de este proyecto “ventas de cosméticos” se recopilo información de diferentes sitios web.
Método comparativo

Este procedimiento será empleado en valoración y comparación, ya que comúnmente el valor que se da a determinado producto está

relacionado directamente con el valor de los productos que se investigan.

Para tener un buen uso de este método debemos hacer que la comparación realizada por nuestras ventas de producto que necesitamos valorar con los investigados sea lo más objetiva posible, por lo que debe analizarse independientemente todas las características propias del producto (ingredientes, color, grasas, nutrientes, sustancias, aromas de los demás productos e incluso precios.etc.).

Nuestro diseñador debe preocuparse en desarrollar un packaging capaz de transitar por diferentes tipos de puntos-de-ventas como: Supermercados, tiendas y almacenes sofisticados y en algunos casos, hasta la venta directa.

La estrategia de diseño: El uso de colores vivos; diferenciación en las líneas corporal y facial a través de colores y otros elementos visuales; innovación en las cajas.

Elementos que componen la etiqueta son: Color; nombre de la línea; logotipo del producto; fuente para descripción del producto e informaciones adicionales; y logotipo.

Para cada uno de eses puntos será realizada una encuesta o pruebas para que el resultado final sea lo más adecuado al proyecto.

La mayoría de las cajas disponibles en el mercado actualmente son producidas en papel cartón, presentando una oportunidad para innovar. El material buscado debería, además de presentar ventajas visuales para el proyecto, también tener aspectos ecológicos que justifiquen su uso.

Proceso de producción:

- Envases
- Diseños y etiquetas
- Fabricación y envasado

- Control de calidad
- Garantía y permisos

Antecedentes

Los cosméticos son productos químicos derivados de productos naturales, que se usan naturalmente con fines estéticos existen de diferentes tipos, asociados a perfumes, con aromas particulares y diferentes utilidades. Los cosméticos han sido utilizados por hombres y mujeres desde el inicio de la humanidad con fines estéticos, evolucionando con el correr de los años desde simples pigmentos naturales hasta los evolucionados productos creados hoy en día.

Historia

Fue en la época egipcia cuando la fabricación de productos cosméticos alcanzo su mayor esplendor, las mujeres egipcias hacían uso de desodorantes, tónicos de la piel y capilares ungüentos y un sin fin de ingredientes.

Casi todos ellos formados por leche de burra, harinas, levaduras, miel, arcilla y aceites, y como en todas las civilizaciones siempre hay una reina, llamada Mit-Hotep, y en su estancia mortuoria se hallaron numerosos tarros y vasijas conteniendo numerosos ungüentos. Las mujeres egipcias se maquillaban, varias veces al día, empleando una crema de propiedades detergentes y desengranasteis. Parece ser que los médicos y físicos egipcios escribían largos tratados sobre belleza y maquillaje.

Las mujeres romanas siguieron con los mismos cuidados de belleza, suavizaban su piel, utilizaban extractos de limón, rosa y jazmín y ya endurecían sus pechos con vinagre, arcilla y corteza de encina macerada en limón, pulían sus dientes con polvo muy fino de piedra pómez, y utilizaban infinidad de perfumes.

En el siglo XVIII renace la cosmética, los perfumistas crean y difunden sus geniales productos. Que se venden en todo el mundo, los envases son de plata, oro, porcelana y laca. El rojo es el color de moda, hay

rojo para utilizar durante el día y rojo mas pagados por la noche. De nuevo vuelven los perfumes florales, agua de rosa, lavanda, naranjo y jazmín.

En el Siglo XX es de los grandes descubrimientos científicos. Empieza el desarrollo de la industria química. Los productos de Belleza dejan de ser un lujo. Los creadores franceses comienzan a ser los portadores de la moda, aparecen en el mercado nuevos productos, se intenta respetar la fisonomía de lo natural. La juventud imprime sello y cada ida se intenta volver a los productos naturaleza base de aceites vegetales, frutas, hierbas, leche miel. La evolución de la nueva cosmética va hacia lo más natural

La publicidad invita a la mujer moderna a realizar sus propios encantos.

(Carolina, 1999-2010)

Generalmente, el objetivo del maquillaje es lograr que el usuario se vea más atractivo. Para la mayoría de las mujeres, esto implica simular una apariencia más juvenil y saludable. La base es utilizada para mostrar la apariencia (idealizada) de la piel suave e inmaculada de la juventud. Sombras, delineadores y máscaras se usan para hacer ver el ojo más largo, y la mirada más profunda, y por lo tanto más juvenil. El lápiz de labios hace que éstos se vean mayores, que se vean más gruesos, oculta imperfecciones y puede hacer que parezcan los de una persona de menos edad. Una teoría sociológica sobre el maquillaje clama que el papel de los cosméticos modernos no es tan sólo lograr una apariencia más joven y saludable, sino además, en cierta medida, conseguir un despertar sexual. Ojos grandes, mejillas sonrojadas y labios rojos, pueden ser todos indicadores de un despertar, aunque probablemente muchas mujeres llamarían a este estilo "verse *sexy*".

Una crítica a los cosméticos (por Judy Grahn, entre otras feministas) habla de que el maquillaje supone una burla al rostro de una mujer golpeada. Ojos ennegrecidos, mejillas golpeadas, y labios ensangrentados son otra forma de "verse *sexy*".

“http://es.wikipedia.org/wiki/Cosm%C3%A9tico” (Carrasco, 2009)

Fundamentos teóricos

Es un método matemático que modela la relación entre una variable dependiente *Y*, las variables independientes X_i y un término aleatorio ε. Este modelo puede ser expresado como:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \cdots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

Para poder crear un modelo de regresión lineal, es necesario que se cumpla con los siguientes supuestos:

1. La relación entre las variables es lineal.
2. Los errores en la medición de las variables explicativas son independientes entre sí.
3. Los errores tienen varianza constante.
4. Los errores tienen una esperanza matemática igual a cero (los errores de una misma magnitud y distinto signo son equiprobables).
5. El error total es la suma de todos los errores.

Regresión lineal simple

Sólo se maneja una variable independiente, por lo que sólo cuenta con dos parámetros. Son de la forma:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \varepsilon_i$$

Regresión lineal múltiple

La regresión lineal nos permite trabajar con una variable a nivel de intervalo o razón, así también se puede comprender la relación de dos o más variables y nos permitirá relacionar mediante ecuaciones, una variable en relación a otras variables llamándose Regresión múltiple. Constantemente en la práctica de la investigación estadística, se encuentran variables que de alguna manera están relacionados entre si, por lo que es posible que una de las variables puedan relacionarse matemáticamente en función de otra u otras variables.

Maneja varias variables independientes. Cuenta con varios parámetros. Se expresan de la forma:

(13) $Y_i = \beta_0 + \sum \beta_i X_{ip} + \varepsilon_i$

En base a los supuestos y teorías de la regresión lineal y en base a sus métodos y técnicas el despeje siguiente seria el planteado para nuestra proyección.

Gi =-3.44X + 6.96Y = 0.4

6.96Y= 0.4 + 3.44X

Y=0.4 + 3.44X

6.96 6.96

Y=0.05+0.05=1

Hoy en día las exigencias del cliente cada vez son mayores en cuanto a calidad, servicio y precio; es por ello que las tendencias mundiales que actualmente rigen el campo empresarial reconocen que contar con información de costos que les permita conocer cuáles de sus productos y/o servicios son rentables y cuáles no, las lleva a poseer una ventaja competitiva sobre aquellas que no la tienen, pues con dicha información la dirección puede tomar decisiones estratégicas y operativas en forma acertada.

De acuerdo con lo anterior, un buen sistema de costos con el cual pueda determinar con exactitud el costo de los productos y/o servicios que ofrece, así como la rentabilidad de los mismos; para ello es indispensable conocer no sólo los insumos y los recursos que requiere el producto y/o servicio, sino también las áreas relacionadas con ellos y las actividades que los involucran.

Se pretende diseñar una metodología de costeo ABC y aplicarla como piloto en el área de imaginología, que actualmente desconoce parcialmente el costo de los servicios que ofrece y por ende su rentabilidad. Buscamos que la implantación de la metodología se

realice integralmente y en el contexto de un proceso de planeación estratégica que incorpore en forma consistente una gestión administrativa, presupuestal y de costos enfocada por actividades.

Propuestas del proyecto

En esta tabla se representa mediante el método de regresión lineal, los datos reales y estimados de la empresa. Los cuales fueron calculados por año.

Aquí nos proyectan los ingresos de la empresa y nos ayudan a desarrollar el proyecto con mayor calidad y una mejor exactitud de nuestros datos.

Gi=-3.44X + 6.96Y = 0.4

6.96Y= 0.4 + 3.44X

Y=0.4 + 3.44X

6.96 6.96

Y=0.05+0.05=1

	Y=INGRESOS (EN MILES)	**X= AÑOS**	**XY**	**X^2**	$Y = \beta 0 + \beta 1 \times$ Ý
1	500	2	1000	250000	815
2	1000	3	3000	1000000	943
3	1200	4	4800	1440000	1071
4	1300	5	6500	1690000	1199
5	1400	6	8400	1960000	1327
6	1800	7	12600	3240000	1455
7	1500	8	12000	2250000	1583
8	1400	9	12600	1960000	1711
9	1800	10	18000	3240000	1839
10	2000	11	22000	4000000	1967
11	2200	12	26400	4840000	2095
12	2500	13	32500	6250000	2223
13	2600	14	36400	6760000	2351
14	2800	15	42000	7840000	2479

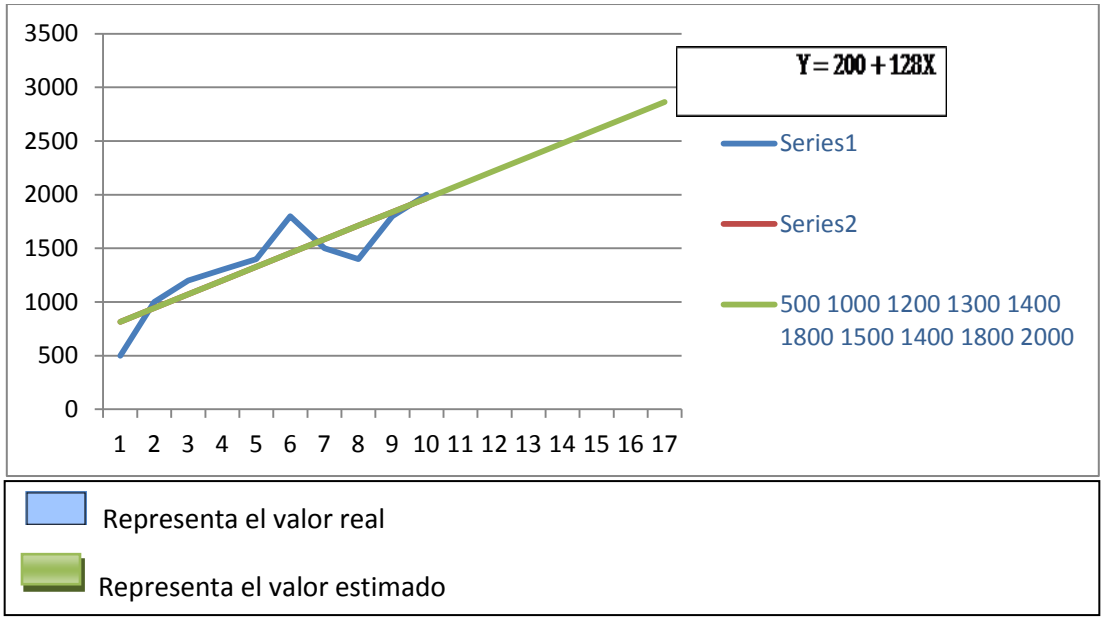
15	3000	16	48000	9000000	2607
16	3100	17	52700	9610000	2735
17	3200	18	57600	10240000	2863
	60	9			
	1390	6.5			
SUMA	13900	65	396500	75570000	

β0	**199.8019802**
β1	127.8787879

En esta grafica representamos los datos anteriores a nuestros ingresos por año.

Estos datos fueron calculados mediante el modelo de regresión lineal, y regresión lineal múltiple.

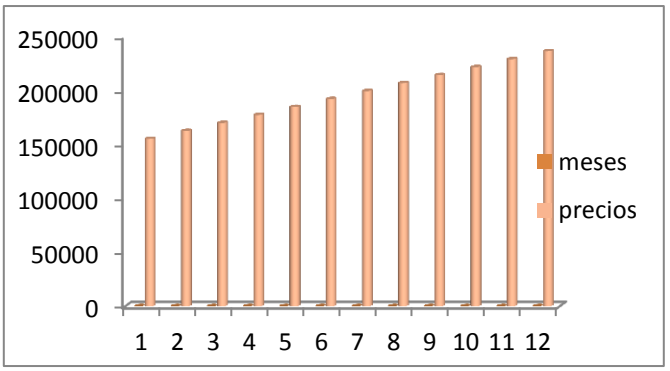
Donde nuestra serie uno es estimación real y nuestra serie dos es la estimada.



En esta tabla nos representa los el aumento del 5% mensuales estimados.

En esta tabla se representa el costo de cada producto, la venta por mes

Marca	**Precio Por Producto**	**Venta Por Mes**	**Venta Neta Mensual**	**la venta aumenta el 5% cada mes**
Marca 1	$112	200	$22,400	$1,120
Marca 2	$120	180	$21,600	$1,080
Marca 3	$250	300	$75,000	$3,750
Marca 4	$40	100	$4,000	$200
Marca 5	$30	50	$1,500	$75
Marca 6	$180	130	$23,400	$1,170
Totales:	732	960	$147,900	$7,395



CONCLUSIONES

El uso de mínimos cuadrados es recomendable para calcular fácilmente nuestros datos e ingresos en cualquier empresa emprendedora y que este dispuesto a seguir mediante este tipo de métodos.

Es importante resaltar la cosmética como elemento para el cuidado del ser humano, ya que lo utiliza para infinidades de uso como por ejemplo la mujer que lo utiliza para su belleza. La cosmética tiene una gran importancia para el ser humano ya que gracias a sus reactivos químicos juegan un papel importante.

Gracias a sus reacciones químicas que produce cualquier cosmético, por este motivo, los proveedores de activos cosméticos tratan de desarrollar nuevos ingredientes que sean eficaces en su función. Ya que es uno de los problemas estéticos que más preocupan a las mujeres.

No nos compliquemos demasiado a la hora de elegir un cosmético para la limpieza de la piel. Aunque es algo importante para el futuro de nuestra tez ya que depende el cuidado que le demos se conservara con mayor o menor calidad de belleza y juventud.

No obstante, la mayoría de los productos de limpieza ejercen el mismo efecto, ya que son principios activos y componentes que son los mismos.

Aunque distintas pieles, el tratamiento que utilizamos para ellas es el mismo o parecido, sin considerar ninguno especifico para cada tipo de piel.

Recomendaciones

Es cien porciento recomendable a todo publico en general que dese emprender un nuevo negocio o proyecto a corto plazo y a largo plazo.

Y les damos unas pequeñas recomendaciones para cuando echen andar su proyecto en este nivel.

En el momento de comprar cosméticos conviene tener presentes ciertos aspectos y evitar comprar de forma impulsiva, motivados únicamente por el precio o por la publicidad de los productos.

Cuando compre cosméticos, tenga en cuenta los siguientes consejos y recomendaciones:

- Compruebe que el producto esté correctamente etiquetado y consten todos los datos obligatorios (identificación del fabricación, composición, etc.).
- Adquiera los productos que sean adecuados a su tipo de piel.
- Compruebe si el producto contiene algún componente al que usted sea alérgico y opte por productos hipoalergénicos que son menos propensos a causar reacciones alérgicas.
- Revise siempre la fecha de caducidad del producto.
- Adquiera los productos en la medida que los vaya a utilizar, ya que si compra varias unidades o un tamaño familiar de ahorro puede que se le caduquen antes de su utilización.
- Antes de comprar productos de tratamiento, consulte con un especialista para que le asesore el que sea más adecuado a sus necesidades.
- Cuando compre maquillaje no tenga en cuenta únicamente si el color queda bien con su tono de piel y compruebe la calidad del producto, pues algunos cosméticos (normalmente los más económicos) pueden acelerar el proceso de envejecimiento o agravar problemas dérmicos como manchas, alergias o acné.
- No se fíe de los conocidos como “productos milagro”: pastillas, ampollas, aparatos para adelgazar sin esfuerzo, productos que acaban con enfermedades comunes o con la caída del cabello, etc. Todo ello no son más que anzuelos para que usted compre el producto cuya publicidad carece de todo rigor científico. Sepa que ninguno de estos productos realiza el “milagro” que promete. “Los cosméticos pueden limpiar, mantener o modificar el aspecto de las partes superficiales del cuerpo, pero nunca pueden atribuírseles acciones terapéuticas“ (Dolceta, 2009, pág. 3)”

El uso diario de los productos cosméticos puede llevarle a bajar la guardia ante ciertas prácticas que pueden resultar perjudiciales para su salud. ¡Tenga en cuenta algunos consejos!

- Utilice adecuadamente los envases, ciérrelos correctamente y no los exponga a la luz, ni a temperaturas elevadas.
- Lea detenidamente las advertencias de uso que le facilita el fabricante y respételas.
- Por motivos de salud, evite compartir sus cosméticos.
- Utilice los cosméticos en su justa medida, ya que no por usar una mayor cantidad conseguirá mejorar sus efectos.
- Si al utilizar algún producto nota alguna irritación, suspenda inmediatamente su aplicación.

La mayoría de productos cosméticos no presentan ningún peligro importante; sin embargo, con algunos de ellos deben mantenerse ciertas precauciones para evitar riesgos.

- Riesgos de quemaduras: los productos tipo espray deben mantenerse siempre alejados de fuentes de calor y del fuego ya que pueden inflamarse y nunca deben utilizarse mientras se fuma. Parece un consejo obvio, pero se han dado casos en los que algún usuario ha sufrido lesiones graves por un mal uso del producto.
- **Riesgos de intoxicación**: la inhalación regular de polvos cosméticos puede provocar daños pulmonares.
- **Riesgos de infección**: el uso de uñas postizas que no estén correctamente colocadas y selladas puede dar lugar a la aparición de gérmenes que le desencadenen una infección.

- Es importante tener en cuenta algunas recomendaciones en el uso de los productos de maquillaje para evitar infecciones.

- No comparta los productos de maquillaje con otras personas, principalmente aquellos cuyo aplicador entra en contacto directo con la piel (pintalabios, delineadores de ojos o labios, corrector, etc.).
- Compruebe siempre el estado del aplicador en las muestras o probadores de los productos que tienen los establecimientos comerciales para su venta.
- Suspenda el uso de cualquier producto que le cause irritación o rojeces.

- Compruebe en listado de ingredientes si Ud. es alérgico a algún componente.
- Utilice siempre que pueda aplicadores desechables.
- Deseche cualquier producto si nota un cambio de olor, color o textura. Los conservantes se pueden degradar con el tiempo.
- No utilice maquillaje de ojos si tiene una infección ocular.
- No se aplique maquillaje mientras conduce a fin de evitar distracciones que le pueden ocasionar un accidente.
- Conserve el maquillaje en un lugar alejado de las fuentes de luz y calor, ya que estos elementos pueden degradar los conservantes.
- Cierre correctamente los envases para asegurar su óptima conservación.

Bibliografía

Carolina, L. (n/d de n/m de 1999-2010). *Wikipedia*. Recuperado el 5 de 10 de 2012, de http://www.tnrelaciones.com/cm/preguntas_y_respuestas/content/65/1737/es/historia-de-la-cosmetica.html

Carrasco, F. (09 de Noviembre de 2009). *Wiki*. Recuperado el 28 de 10 de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Cosm%C3%A9tico

Dolceta. (14 de 02 de 2009). Recuperado el 15 de 10 de 2012, de http://www.dolceta.eu/espana/Mod3/En-el-momento-de-comprar.html

GUZMAN, A. (3 de 11 de 2000). *WIKI*. Recuperado el 22 de 11P de 2010, de HTT