



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**IMPORTACIÓN DE ACCESORIO INTELIGENTE CANINO  
PARA CELULARES DESDE CALIFORNIA USA, PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN**

**LIMA METROPOLITANA  
PRODUCTO: SPOOCH SELFIE**

**PRESENTADA POR  
CONNIE STEFANNY MIESES VÉLEZ**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

## **TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

IMPORTACIÓN DE ACCESORIO INTELIGENTE CANINO PARA CELULARES  
DESDE CALIFORNIA USA, PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN  
EN LIMA METROPOLITANA.  
PRODUCTO: SPOOCH SELFIE

Presentado por:

**Bachiller: Connie Stefanny Mieses Vélez**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Lima - Perú**

**2020**

## RESUMEN EJECUTIVO

SUPPLY PET SAC es una empresa ubicada en el distrito de San Miguel, principalmente tiene como objeto promover la industria de artículos tecnológicos divertidos en el mercado de los animales domésticos. Nuestro producto de venta principal es el “POOCH SELFIE”, que es accesorio para teléfono inteligente que ayudará a los dueños de mascotas domésticas, tales como perros y gatos, a capturar los mejores selfies con ellos. Así no se perderán la oportunidad de tener mejores fotos en redes sociales para compartir con las caras de sus cachorros con el mundo entero. Pooch Selfie viene con una pelota de tennis y el accesorio para colocación al móvil.

Nuestro producto es innovador porque contiene una creativa y divertida propuesta de valor, ofrece a los dueños de mascotas una experiencia única, debido a que es un producto nuevo en el mercado nacional, no sólo es atractivo por el increíble resultado que logra al obtener la foto correcta y divertida con tu mascota llamando su total atención; también es un producto altamente diferenciado a comparación de tomarse una foto sin nuestro producto, los resultados son increíbles, y lo mejor de todo es que la mascota desarrollará las poses y rostros más divertidas que podrás lograr en una foto.

El producto a primera vista tiene identidad e imagen corporativa, por lo que se hace referencia a sus aspectos visuales, en principio vemos el color amarillo que significa: la persuasión y la conducta humana de acuerdo a sus emociones, es por eso altamente atractivo para los clientes, Asimismo, tiene asociación con la luz del sol, transmite la energía, la alegría, la juventud y la diversión. Por otro lado, visualizamos el color verde que en términos de marketing significa: Crecimiento, es color de naturaleza, un color relajante, de medio ambiente, asociado con la

esperanza. Estas características calzan netamente con el deseo lograr objetivos, es decir, la satisfacción con el cliente logrando la foto ideal con su mascota.

Se estima vender: 200 unidades de POOCH SELFIE por mes y su distribución será a: Centros comerciales, tiendas veterinarias, ferias y show woom pet y ventas de uso persona. La idea de obtener un mercado libre de competencia y enfocándonos un producto con diferenciación deberá tener como resultado un punto de equilibrio, entre lo que deseamos vender y la satisfacción con nuestros clientes.

## 1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Índice adecuado del Perfil de la Idea de Negocio a la Estructura del Plan.

1. Estructura General del Plan	3
2. Organización y Aspectos Legales	7
2.1. Nombre o razón social	7
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional	7
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	8
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	8
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	9
2.6. Estructura Orgánica	12
2.7. Cuadro de asignación de personal	12
2.8. Forma Jurídica Empresarial	13
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	14
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	16
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	18
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	19
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	22
2.14. Modalidades de Contratos Laborales	23
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Asociados	25

3. Plan de Marketing Internacional	26
3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar	26
3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países)	26
3.1.2. Ficha técnica comercial de POOCH SELFIE	28
3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional	28
3.1.4. Determinación de la marca a usar	29
3.2. Investigación de mercado objetivo	30
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo	30
3.2.2. Definición del perfil del consumidor	31
3.2.3. Medición del mercado objetivo	32
3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado	34
3.3.1. Análisis de oferta	34
3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda	34
3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark	35
3.3.4. Análisis de precio de importación	35
3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución	36
3.3.6. Análisis del Entorno	37
3.4. Estrategias de venta y distribución nacional	37
3.4.1. Estrategias de segmentación	38
3.4.2. Estrategias de posicionamiento	38
3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado	38

3.4.4. Estrategias de distribución comercial: Detallamos nuestro canal en operación	39
3.4.5. Estrategias de branding	39
3.5. Estrategias de promoción nacional	40
3.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas	40
3.5.2. Propuesta de valor	40
3.5.3. Estrategas de marketing digital y uso del e-commerce	40
3.6. Políticas de estrategias de precio	41
4. Plan de Logística Internacional	41
4.1. Envases, empaques y embalajes	41
4.2. Diseño del rotulado y marcado	42
4.2.1. Diseño del rotulado	42
4.2.2. Diseño del marcado	43
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga	44
4.4. Cadena de DFI de exportación/importación	48
4.5. Seguro de las mercancías	49
5. Plan de Comercio Internacional	49
5.1. Fijación de precios	49
5.1.1. Costos y precio	49
5.1.2. Cotización internacional	54



5.2. Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos	55
5.3.Elección y aplicación del Incoterm	55
5.4.Determinación del medio de pago y cobro	56
5.5. Elección del régimen de exportación o de importación	57
5.6. Gestión aduanera del comercio internacional	58
5.6.1.Primera importación	58
5.6.2.Importación Regular	59
5.7. Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujograma	60
6. Plan Económico Financiero	60
7.Conclusiones y Recomendaciones	76
7.1. Conclusiones	76
7.2. Recomendaciones	77

## **2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **2.1. Nombre o razón social**

De acuerdo a Ley y los requisitos necesarios requeridos se establece la razón social de la empresa comercializadora denominada:

**“SUPPLY PET SAC”**

Es importante mencionar que la presente razón social, también será mencionada como nombre comercial de la empresa. Nuestra razón social incluye la denominación “SAC” lo que significa Sociedad Anónima Cerrada, se determinó lo mencionado ya que el patrimonio y capital son de carácter ilimitado por cada socio, cabe mencionar que esta denominación se acopla a la idea de negocio que deseamos crear.

### **2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)**

La CIU comprende un sistema de notación alfanumérico. Presenta jerárquicamente cuatro niveles de clasificación integrados entre sí, en el orden siguiente:

Actividad Económica: 4652 – VENTA DE ACCESORIO PARA CELULARES POR MAYOR EN TIENDA CIUU REV 4: 4652 – VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPOS, PARTES, PIEZAS ELECTRÓNICAS Y TELECOMUNICACIONES.

**Buscar por Descripción:**

**Ingrese una palabra o descripción que se relacione a su Actividad Económica:**

celular

**Seleccione una descripción que se relacione a su Actividad Económica:**

- 1621-TABLEROS CELULARES FABRICACIÓN
- 2310-VIDRIO MULTICELULAR FABRICACIÓN
- 4652-VENTA DE ACCESORIO PARA CELULAR POR MAYOR Y MAYOR EN TIENDA
- 4652-VENTA DE CELULARES AL POR MAYOR Y MAYOR EN LOCAL
- 4652-VENTA DE CELULARES Y ACCESORIOS DE CELULARES AL POR MAYOR
- 4652-VENTA DE TELEFONOS CELULARES POR MAYOR Y MAYOR
- 4652-VENTA Y SERVICIO DE TELEFONO CELULARES-CLARO DISTRIBUIDOR X MAYOR
- 4741-COMERCIALIZACION DE EQUIPOS DE TELEFONIA FIJA CELULAR
- 4741-VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS DE CELULARES
- 4741-VENTA AL POR MENOR DE CELULARES Y EN LOCAL

**El Código CIU Rev. 4 que le corresponde a su Actividad Económica es:**

4652-Venta al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones

**El Código CIU Rev. 3 que le corresponde a su Actividad Económica es:**

5150-Venta al por mayor de maquinaria, equipo y materiales

(Fuente: INEI)

### 2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.

La empresa estará ubicada en el distrito de San Miguel, donde se podrá comercializar el producto a varios distritos céntricos de Lima, el inmueble contará con un ambiente de oficina para el gerente y subgerente, otro espacio para los demás colaboradores y por último con un almacén que será acondicionado para el acondicionamiento del producto y despacho. Cabe mencionar que nos encontraremos ubicados cerca al Callao, distrito de aduanas.

Se alquilará el espacio en mención a un monto de 1,500 soles mensual, el espacio deberá con licencia de funcionamiento que es emitida por la Municipalidad del Distrito de San Miguel.

### 2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

El objetivo fundamental de la creación de SUPPLY PET SAC, es generar utilidades y aportar como tal a la sociedad, esa es la razón de ser de nuestra empresa en marcha. Los 2 accionistas en mención hemos decidido trabajar con un capital de 30,000 nuevos soles como capital propio para así no generar endeudamiento monetario.

Nuestra **Misión** es: Liderar y promover la industria de artículos tecnológicos divertidos dirigido al mercado de los animales domésticos.

Nuestro **Objetivo** es: Convertirnos en una marca líder en el mercado nacional para imponer un importante consumo y uso de los artículos tecnológicos divertidos enfocados en el mercado de los animales domésticos.

Nuestra empresa desea cultivar los siguientes valores:

- **Pasión:** No hay nada más importante que sentir pasión por nuestra actividad, Pasión es querer lo que hacemos y luchar cada día por lo que deseamos obtener.
- **Transparencia:** Los negocios siempre deben ser a medida de lo posible, abiertos para promover la participación de sus miembros en la toma de decisiones.
- **Confianza:** Es importante promover la confianza dentro de nuestra empresa, así generar calidad de humana entre los colaboradores.
- **Disponibilidad al cambio:** Adaptación rápida al cambio, ya que si una empresa es muy estática deja de ser producto al largo del tiempo. Aplicar nuevas formas de trabajo.

## **2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.**

La empresa será una Microempresa, toda vez que, considerando la situación actual en el mundo, por la pandemia del COVID-19, se ha proyectado que las ventas anuales, por lo menos, los primeros dos (2) años, no superaran las 150 UIT, es decir, los S/ 645,000.00 (valor de UIT 2020 = S/4,300.00).

Asimismo, se debe considerar que, por lo menos en el primer año, la importación del producto será bajo, debido a que las fronteras tanto en el Perú como en los demás países del mundo se encuentran cerradas por motivo de la pandemia del COVID-19; lo cual dificultará la demanda del producto por parte de los potenciales clientes y, por ende, la importación del mismo.

En suma, dichas situaciones hacen que se opte a que la empresa siga la línea de una MYPE (Microempresa), ya que la captación de inversiones será muy baja o casi nula, lo que obligará a que las personas naturales que conformarán la misma, asuma la inversión con capital propio.

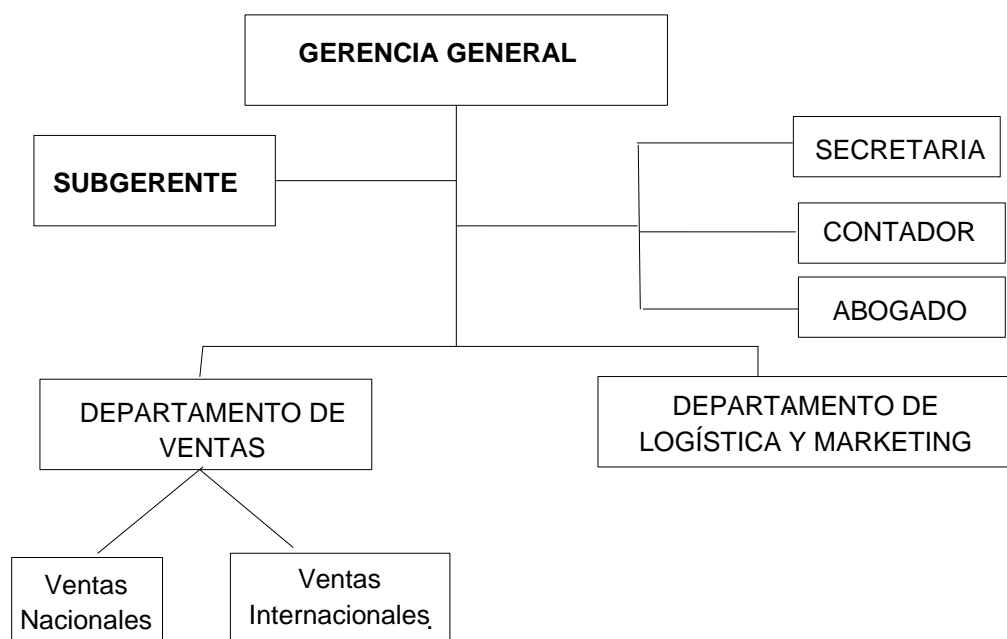
## 2.6. Estructura Orgánica

A continuación, se detalle el organigrama con la cual se registrará la empresa “**SUPPLY PET SAC**”:

- **Gerente:** Es la máxima autoridad de la empresa, se cumplirá con las exigencias de experiencia laboral para avalar la toma de decisiones enfocándose en los logros y las metas establecidas de la organización.
- **Sub Gerente:** Profesional encargado de evaluar, revisar, dar seguimiento a las operaciones realizadas por el personal.
- **Secretaria:** Persona encargada de emitir informes administrativos, memorándums, requerimientos y socializar información con el capital humano.
- **Contador:** Profesional con experiencia llevar la contabilidad y las finanzas de la empresa, se le contratará por locación de servicios.
- **Abogado:** Profesional que brindará su asesoramiento relacionado a las autorizaciones, concesiones administrativas y licencias necesarias para que la empresa pueda desarrollar su labor, el profesional deberá informar de las actuaciones que ésta puede y no puede realizar para evitar sanciones administrativas. En caso de que llegara a iniciarse un expediente sancionador, el abogado también tendría que ocuparse de la defensa.
- **Departamento de Ventas:** Tendrán como responsabilidad establecer las metas, planificar las estrategias, atender a los clientes, promover y culminar el ciclo de la venta.

- **Departamento de Logística y Marketing:** Tendrán como responsabilidad participar en la cadena de compra, es decir, desde la solicitud de la compra, el envase, embalaje, hasta su comercialización y el servicio post venta. Asimismo, el departamento de Marketing tiene la función la investigación del mercado y competencia, planeación y desarrollo de estrategias marketing, promoción de ventas y la comunicación eficaz.
- **Vendedor de Ventas Nacional e Internacionales:** Se encargarán de la búsqueda de clientes a nivel nacional e internacional, llegando a efectuar la compra. Deberán trabajar bajo una importante cartera de clientes.

## ORGANIGRAMA DE SUPPLY PET SAC



(Elaboración Propia)

### 2.7. Cuadro de asignación de personal.

CARGO	CANTIDAD DE PERSONAL	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	VACACIONES	SIS (s/15)	TOTAL
		MENSUAL (S/)	ANUAL 12 SUELDOS (S/)	15 DÍAS AL AÑO		ANUAL (S/)
GERENTE	1	2200	26400	1100	180	27680
SUBGERENTE	1	1800	21600	900	180	22680
SECRETARIA	1	1200	14400	600	180	15180
APOYO LOGISTICO	1	1000	12000	500	180	12680
ASISTENTE MARKETING	1	1000	12000	500	180	12680
VENDEDOR NACIONAL	1	930	11160	465	180	11805
VENDEDOR INTERNACIONAL	1	930	11160	465	180	11805
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>9060</b>	<b>108720</b>	<b>4530</b>	<b>1260</b>	<b>114510</b>

CARGO	CANTIDAD DE PERSONAL	REMUNERACIÓN	REMUNERACIÓN	VACACIONES	SIS	TOTAL
		MENSUAL	ANUAL 12 SUELDOS	15 DÍAS AL AÑO		ANUAL
GERENTE	1	\$ 628.57	\$ 7,542.86	\$ 314.29	\$ 51.43	\$ 7,908.57
SUBGERENTE	1	\$ 514.29	\$ 6,171.43	\$ 257.14	\$ 51.43	\$ 6,480.00
SECRETARIA	1	\$ 342.86	\$ 4,114.29	\$ 171.43	\$ 51.43	\$ 4,337.14
APOYO LOGISTICO	1	\$ 285.71	\$ 3,428.57	\$ 142.86	\$ 51.43	\$ 3,622.86
ASISTENTE MARKETING	1	\$ 285.71	\$ 3,428.57	\$ 142.86	\$ 51.43	\$ 3,622.86
VENDEDOR NACIONAL	1	\$ 265.71	\$ 3,188.57	\$ 132.86	\$ 51.43	\$ 3,372.86
VENDEDOR INTERNACIONAL	1	\$ 265.71	\$ 3,188.57	\$ 132.86	\$ 51.43	\$ 3,372.86
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>\$ 2,588.57</b>	<b>\$ 31,062.86</b>	<b>\$ 1,294.29</b>	<b>\$ 360.00</b>	<b>\$ 32,717.14</b>

(Elaboración Propia)

## 2.8. Forma Jurídica Empresarial

SUPPLY PET S.A.C. será constituida como una Sociedad Anónima Cerrada, toda vez que estará conformada por 2 socios, el Gerente y el Subgerente, conforme a la estructura orgánica establecida.

Se decidió constituirla bajo esa figura debido a que la sociedad de capitales está formada directamente por los aportes de los socios antes referidos; por lo que, en caso de que la empresa incurra en alguna responsabilidad, se responderá solo con el capital social que esta cuenta, sin que los socios asuman personalmente algún extremo de la misma, lo cual es una característica de este tipo de sociedad.

Para la constitución de SUPPLY PET S.A.C., previamente se deberá realizarse la búsqueda del nombre en el Registro de las Personas Jurídicas de la SUNARP, de no existir un nombre similar o



igual se procederá a hacer la reserva del nombre, la cual tendrá una vigencia de 30 días hábiles; se elevará ante el Notario Público, una Minuta debidamente firmada por abogado, la cual deberá contener los siguientes aspectos: Pacto Social, Estatuto (denominación; duración; domicilio; objeto social; capital social; transferencia y adquisición de acciones; órganos de la sociedad; modificaciones del estatuto, aumento y reducción del capital; estados financieros y aplicación de utilidades; disolución, liquidación y extinción).

Posteriormente, el Notario elevará la Escritura Pública ante la SUNARP para la inscripción respectiva, previo pago de los derechos registrales; el plazo que tiene el registrador para calificar el título presentado (escritura pública) es de 7 días hábiles siempre y cuando no haya observación a la documentación presentada.

Una vez inscrita, la notaria entregará la copia del testimonio de la constitución de la empresa.

## **2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI**

La marca que se inscribirá ante el INDECOPI será una MARCA DENOMINATIVA CON GRAFIA ESPECIAL, la cual se caracteriza por estar conformada por una palabra o combinación de palabras de manera escrita con una letra con características especiales, las que, de ser el caso, podrían ir acompañadas de colores específicos.

Si bien es cierto, el producto a ofrecerse no es comercializado de manera común en el mercado nacional, resulta necesario e importante registrar la marca SUPPLY PET, porque ello permitirá que la posibilidad de comercializarla de manera más adecuada y sin riesgo a que terceros puedan apropiarse de ella (seguridad jurídica).

Además, las personas suelen tener memoria fotográfica, lo cual es un motivo más para poder optar por registrar la marca, ya que al ver la misma, los clientes podrán relacionar el producto y la calidad que ofrecemos del mismo, generando confianza al adquirirlo.

Para poder registrar la marca de SUPPLY PET, se deberá seguir los siguientes pasos:

- Elegir la marca a registrar. (SUPPLY PET)
- Definir y clasificar el producto. (Según el Clasificador de productos y servicios: Clase 9; N° de base PE090006; Notas PE; Productos y Servicios NCL (11-2017) accesorios de teléfonos celulares).
- Realizar previamente la búsqueda de antecedentes. Este paso es opcional, sin embargo, resulta importante para evitar retrasos en el registro, ya que sirve para advertir que la marca a registrar no ha sido registrada con anterioridad.
- Una vez que se haya verificado el paso anterior, se procederá a llenar el formulario de la solicitud de registro.
- Posteriormente, se pagará la tasa por la suma de S/534.99 y se presentará la solicitud antes mencionada ante Mesa de Partes de INDECOPI.
- Presentada la solicitud, INDECOPI verificará el cumplimiento de los requisitos formales (datos de identificación del solicitante; la marca cuyo registro se solicita; la indicación expresa del producto para el cual se solicita el registro; la indicación de haber realizado el pago de la tasa).
- De no existir observaciones, INDECOPI realizará una publicación automática y gratuita en la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial, por un plazo de 30 días hábiles. Esto es para que cualquier tercero que se sienta afectado con dicha solicitud, pueda presentar oposición a la misma.
- Finalmente, de no haber oposición, luego del plazo transcurrido, INDECOPI procederá a realizar el examen de registro de la marca; para lo cual emitirá la resolución respectiva

y otorgará el Certificado de registro correspondiente. (vigencia de la marca: 10 años, renovables)

## **2.10. Requisitos y Trámites Municipales**

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles como máximo, los siguientes requisitos:

- 1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará lo siguiente:**
  - Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen en representación.
- 2. Copia de la vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.**
- 3. Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m<sup>2</sup>) ó ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m<sup>2</sup>).**
- 4. Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA.**
- 5. Adicionalmente serán exigibles los siguientes requisitos:**
  - Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
  - Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada

- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley, la requieren de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento
- Copia simple de autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296. Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación.

**(\*) DE ACUERDO A LA LEY N° 28976. LEY MARCO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO, NO ES NECESARIO UN CERTIFICADO DE ZONIFICACIÓN O COMPATIBILIDAD DE USO, PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.**

(Fuente Municipalidad de San Miguel)

### **Certificado de Defensa Civil – Municipalidad de Lima**

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, la municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

- Zonificación y compatibilidad de uso.
- Condiciones de Seguridad en Defensa Civil, cuando dicha evaluación constituya facultad de la municipalidad.

La licencia de funcionamiento se otorgará en el marco de un único procedimiento administrativo, con un plazo máximo para el otorgamiento de diez (10) días hábiles.

### **Tipos de Inspección**

Para obtener la licencia de funcionamiento se requieren los siguientes tipos de inspección:

1. **Establecimientos que requieran Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica, Ex Post al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, realizada por la municipalidad.**

Aplicable para establecimientos con un área de hasta cien metros cuadrados (100 m<sup>2</sup>) y capacidad de almacenamiento no mayor del treinta por ciento (30%) del área total del local. En

estos casos será necesaria la presentación de una Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad a que puede obtenerse de forma gratuita en el módulo de atención de la municipalidad o descargarlo desde la página web; debiendo realizarse la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica por la municipalidad, con posterioridad al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, priorizando los establecimientos que representen un mayor riesgo de seguridad.

Se encuentran excluidas de este procedimiento: Las solicitudes de licencia de funcionamiento para el desarrollo de giros o establecimientos que requieran la obtención de un Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle o Multidisciplinaria.

Las solicitudes de licencia de funcionamiento que incluyan los giros de pub, licorería, discoteca, bar, casinos, juegos de azar, máquinas tragamonedas, ferreterías, o giros afines a los mismos; así como solicitudes que incluyan giros cuyo desarrollo implique el **almacenamiento**, uso o comercialización de productos tóxicos o altamente inflamables.

(Fuente Municipalidad de San Miguel)

## **2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades**

Conforme a la línea de la empresa, y considerando que es una Microempresa, por las razones antes expresada, se optará, en principio por el Régimen Especial de Renta – RER, debido a que este régimen tiene como características, entre otras, las siguientes:

- Las rentas provienen, entre otros, de actividades de comercio. (Que es la actividad principal que tendrá SUPPLY PET S.AC.)
- Solo lleva dos registros contables (compras y ventas).
- Los ingresos anuales no deben superar los S/ 525,000.00. (Que es el monto estimado en los dos primeros años)
- Tener como máximo 10 trabajadores. (SUPPLY PET S.A.C. cuenta con 7 trabajadores)

- Permite cambiar a otro régimen si las condiciones de la empresa mejora.

Posteriormente, y siempre que las condiciones del negocio de la empresa lo permitan, se optará por el Régimen MYPE Tributario – RMT, cuyos beneficios son, entre otros, montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida; tasas reducidas; llevar libros contables en función a los ingresos.

Ahora, para la obtención del RUC, se deberá acudir a las oficinas de la SUNAT, adjuntando los siguientes requisitos:

- DNI original del representante legal de la empresa.
- Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Cualquier documento privado o público en donde se acredite la dirección que será utilizada como domicilio fiscal.
- Completar el Formulario 2119 (Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos); Formulario 2054 (Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo); y Formulario 2054-Anexo (Domicilio de los Representantes Legales).

(Fuente: SUNAT)

## **2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).**

En este ítem es importante mencionar que nuestro contador, quien será el profesional responsable de gestionar los registros contables, administración financiera, declaraciones de la registra de planilla del personal, pagos, contrataciones, liquidaciones entre otras gestiones.

Debido a que su trabajo no será de manera permanente, solo de consultoría y ejecución, nuestro contador cuenta y maneja el registro de planillas electrónica para las actividades ya mencionadas. Asimismo, ya que es una plataforma gratuita que descarga de la página de la SUNAT, la secretaria

de la empresa también tendrá visibilidad de los procesos de pagos realizados por el contador de manera que se realice el seguimiento de su actividad mediante su clave sol.

## PASO 1. PAGINA DE SUNAT



## PASO 2: ELEGIR T REGISTRO.

### 01. T-Registro - Concepto

Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes. Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados.

Para acceder al T-Registro se debe ingresar a través de la CLAVE SOL, a la opción RUC Y OTROS REGISTROS, donde se encontrarán las opciones de ALTA, MODIFICACIÓN Y BAJA, como se muestra a continuación.

**MI RUC Y OTROS REGISTROS**

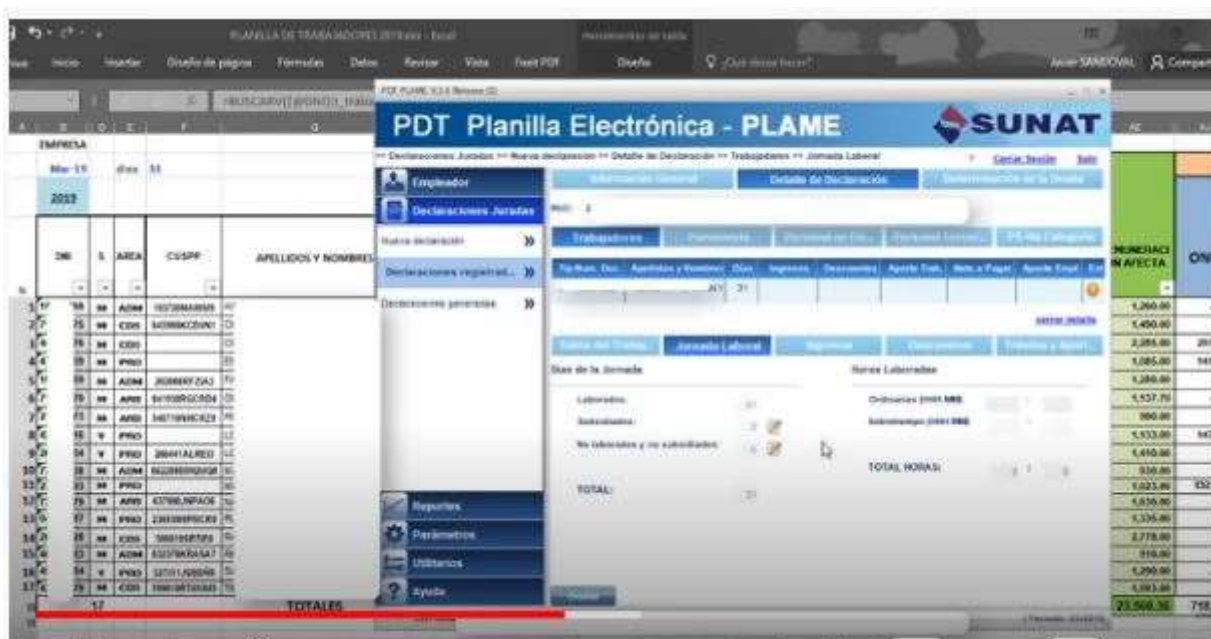
- » Mis Datos del RUC
- » Actualizo información de mi RUC
- » Reporte Tributario y Aduanero
- » T-Registro
- » Registro de Derechohabientes
- » Registro >
- » Carga Masiva
- » Consultas y reportes
- » Registro del Empleador
- » Registro de Trabaj., Pension., Pere. en forma
- » Operadores Turísticos
- » Registro del Trab. del Hogar y sus derechohabientes

- 01. Ingreso - Concepto
- 02. Sujetos a ser inscritos - T-Registro
- 03. Obligaciones del Empleador - T-Registro
- 04. Instrucciones del Registro de los derechohabientes - T-Registro
- 05. Código de errores en el registro de derechohabientes - T-Registro
- 06. Carga inicial al T-REGISTRO
- 07. Regularización de Trabajadores sin vínculo laboral - T-Registro
- 08. Registro de Datos de Situación Educativa
- 09. Carga Masiva del T-Registro
- 10. Descarga del PVS
- 11. Carillas de Instrucciones
- 12. Anexos - Tablas





REGISTROS Y DECLARACIONES, CABE MENCIONAR QUE CADA EMPRESA TRABAJA CON UN FORMATO DIFERENTE CON LOS DATOS DE SUS COLABORADORES PARA SU REGISTRO EN PLAME.



(Fuente: SUNAT)

### 2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

Considerando que SUPPLY PET S.AC. es una MYPE, esta se rige por el Régimen Laboral Especial, cuyas características son las siguientes:

- Los trabajadores deberán percibir como mínimo una remuneración mínima vital (RMV).
- La jornada laboral es la de siempre, es decir, de 8 horas diarias como máximo, la cual incluye la hora del refrigerio (45 minutos mínimos).
- Descanso de 1 día a la semana.
- Asimismo, tiene derecho a los descansos remunerados en los días feriados.
- Las licencias de maternidad (pre y post natal) y paternidad se mantienen.
- Se le reconocen vacaciones truncas.

- Se le reconocen 15 días calendario de vacaciones, de manera anual.
- No le corresponde el pago de CTS.
- Le corresponde un Seguro de Salud (SIS – 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo).
- En caso de producirse un despido arbitrario, corresponde otorgar como indemnización, el valor de 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias.

#### **2.14. Modalidades de Contratos Laborales.**

La Modalidad de Contrato Laboral al que la empresa SUPPLY VET SAC, aplicará con sus trabajadores permanentes será el de “tiempo indeterminado” donde deberán respetar un horario programado de 8 horas diarias.

Adjunto modelo de contrato:

#### **CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDETERMINADO**

*Conste mediante el presente documento, suscrito por duplicado con igual valor y tenor, un Contrato de Trabajo que al amparo del TUO del D. Leg. N° 728 (D.S. N° 003-97-TR, Ley de Productividad y Competitividad Laboral), celebran de una parte **SUPPLY PET SAC.**, con RUC N° 2020447802 debidamente representado por Sr.(a) **CONNIE STEFANNY MIESES VELEZ** a quien en adelante se le llamará **EL EMPLEADOR** y de la otra Sr.(a.) **MAYRA MONTOYA JAUREGUI** identificado con DNI N°. 46522376 domiciliado en **Las Guyanas 221 Chorrillos**, a quien en adelante se le llamará **EL TRABAJADOR**, en los términos y condiciones siguientes:*

**PRIMERO:** *EL EMPLEADOR es una....., cuyo objeto social es..... y que ha sido debidamente autorizada por....., de fecha.....,*

emitida por....., la que se encuentra inscrita en el Registro de la Micro y Pequeña empresa (REMYPE) con número de acogimiento..... desde el ....., por lo que a partir de esta fecha goza de los beneficios que le confiere el TUO de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley de MYPE (D.S. N° 007-2008-TR), concordante con su Reglamento (D.S. N° 008-2008-TR); debiendo someterse éste al cumplimiento estricto de la labor para la cual ha sido contratada y a las directivas que emanen de sus jefes o instructores.

**SEGUNDO:** El período de prueba es de tres meses (puede ampliarse a seis meses o a un año si existe justificación para ello), a cuyo término EL TRABAJADOR alcanza el derecho a la protección contra el despido arbitrario en virtud del artículo 10° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

**TERCERO:** En contraprestación a los servicios del TRABAJADOR, EL EMPLEADOR se obliga a pagar una remuneración (mensual o semanal) de **MIL DOSCIENTOS NUEVOS SOLES**, monto que se incrementará de acuerdo a su política remunerativa. Igualmente se obliga a facilitar al TRABAJADOR los materiales y condiciones necesarios para el adecuado desarrollo de sus actividades, y a otorgárselos beneficios que por ley, pacto o costumbre tuvieran los trabajadores de su misma categoría.

**CUARTO:** El TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de Lunes a Viernes, de 8:30AM a 5:30PM horas, teniendo un refrigerio de 60 minutos, que será tomado de 1:00PM a 2:00PM horas.

**QUINTO:** En todo lo no previsto por el presente contrato, se estará a lo establecido en las disposiciones laborales que regulan los contratos de trabajo por tiempo indeterminado, contenidas en la Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

*Firmado en SAN MIGUEL, LIMA a los 28 días del mes de MAYO de 2020.*

-----  
*(Empleador)*

-----  
*(Trabajador)*

Este modelo de contrato será utilizado para los siguientes puestos laborales de la empresa: secretaria, Apoyo Logístico, Asistente de Marketing, Vendedor Nacional, Vendedor Internacional.

Por lo contrario, para el contador y la abogada, ya que laborarán en la empresa de acuerdo a la necesidad de alguna revisión de informe y/o documento. Se aplicará la siguiente modalidad de contrato: “Otro tipo de contrato” - LOCACIÓN DE SERVICIOS, en el presente contrato la locación de servicios obligará a nuestro “abogado y contador” sin estar subordinada a la empresa a presentar los servicios para un trabajo, a cambio de una retribución. Es decir, ambos locadores presentarán de manera personal sus servicios, la empresa le dará una retribución de dinero por su trabajo elaborado, previo a un acuerdo entre el profesional y el gerente de la empresa. Cabe resaltar que para ambos su contrato de locación de servicios se refiere a una prestación independiente y que no estarán bajo subordinación existente.

#### **2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.**

SUPPLAY PET S.A.C. importará el accesorio canino inteligente para celulares desde California, Estados Unidos, para lo cual se utilizará un contrato de compraventa mercantil; es decir el vendedor trasladará el dominio de los bienes muebles con la finalidad de que el comprador los comercialice en Lima Metropolitana y, de esa manera, obtener ganancias.

Es decir, la empresa se enfocará en importar el producto como principal y exclusivo proveedor del mismo (previo acuerdo comercial con la empresa proveedora en California).

Asimismo, nuestra empresa se encargará de importar el producto con la finalidad de comercializar el mismo de forma masiva a nivel nacional, a potenciales clientes, tales como: veterinarias, supermercados, ferias pet show y de uso personal.

Por otro lado, respecto a la responsabilidad civil de los socios, al ser una S.A.C, está se circunscribe a los bienes aportados en la sociedad, sin que necesidad que los socios respondan personalmente por las deudas sociales de la empresa.

### **3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL (IMPORTACION)**

#### **3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar**

##### **3.1.1 Clasificación arancelaria (en ambos países)**

La partida arancelaria del producto POOCH SELFIE es la siguiente:

<b>CAPITULO 85</b>	Maquinaria, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.
<b>CODIGO</b>	85.17
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas; los demás aparatos de emisión, transmisión o recepción de voz, imagen u otros datos, incluidos los de comunicación en red con o sin cable (tales como redes locales (LAN) o extendidas (WAN)), distintos de los aparatos de transmisión o recepción de las partidas 84.43, 85.25, 85.27 u 85.28.
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	8517.62.90.00

<b>DESIGNACION DE LA MERCADERIA</b>	- - - Los demás
<b>INCOTERMS</b>	FOB

(Elaboración Propia)

SUPPLY VET SAC, decidió realizar la importación utilizando el incoterm “FOB” ya que la empresa “Pooch selfie” solo tendrá responsabilidad sobre la mercadería la carga en el barco, esto fue previamente coordinado y conversado por ambas partes como parte de la transacción comercial, asimismo, nuestra empresa será responsable del desaduanaje, tal como el envío carga y transporte hacia nuestro almacén.

### **Concepto de nuestro producto:**

Es un accesorio para teléfono inteligente que ayudará a los dueños de mascotas domésticas, tales como perros y gatos, a capturar los mejores selfies con ellos. Así no se perderán la oportunidad de tener mejores fotos en redes sociales para compartir con las caras de sus cachorros con el mundo entero. Pooch Selfie viene con una pelota de tenis y el accesorio para colocación al móvil.



**Dimensiones del producto:** 10.2 x 5.1 x 6.4 cm

### 3.1.2 Ficha técnica comercial de POOCH SELFIE.

Información de producto	
Item Package Dimensions L x W x H	3 x 4.5 x 7.8 pulgadas
Package Weight	2.4 Onzas
Dimensiones del artículo Largo x Ancho x Altura	4 x 2 x 2.5 pulgadas
Brand name	Pooch Selfie
Target Audience Keyword	TeenBoys, Women, Boys, Dogs, TeenGirls, Girls
Warranty	Pooch Selfie: The Original Dog Selfie Stick - AS SEEN ON TV
Color	Yellow, Orange, Black
Number of items	1
Fabricante	Clever Dog Products LLC
Mfr Part Number	PCH-SLFE

### 3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional:

POOCH SELFIE, es un producto innovador que contiene una creativa y divertida propuesta de valor, ofrece a los dueños de mascotas una experiencia ÚNICO, debido a que es un producto nuevo en el mercado nacional, no sólo es atractivo por el increíble resultado que logra al obtener la foto correcta y divertida con tu mascota llamando su total atención; también es un producto altamente diferenciado a comparación de tomarse una foto sin nuestro producto, los resultados son increíbles, y lo mejor de todo es que la mascota desarrollará las poses y rostros más divertidas que podrás lograr en una foto.

### **Características de SPOOCH SELFIE:**

- Cautiva la atención de tu mascota para captar imágenes de fotos y grabaciones perfectas.
- Funciona con cámaras frontales y traseras sin tener que quitarle el dispositivo de la cámara.
- Diseñado para modelos de móviles inteligentes tales como Iphone, Galaxy, y funciona universalmente con la mayoría de fundas de celulares.
- Viene con una pelota de tenis muy colorida para captar la máxima atención de tu mascota.

#### **3.1.4 Determinación de la marca a usar:**

POOCH SELFIE, como marca del producto, bajo la comercialización de nuestra empresa: SUPPLY VET SAC, empresa donde trabajaremos la importación, distribución, comercialización, costos y estrategias para contribuir con una experiencia única con nuestros clientes.



Para definir nuestra política de comercialización y distribución del producto, vamos a demostrar de qué manera posible es viable llegar al cliente final.



Para llevar a cabo una comercialización de calidad, hemos tomado en cuenta los siguientes factores y canales que han sido evaluados por nuestro comité de gestión de calidad:

- ✓ Cercanía al cliente y/o consumidor.
- ✓ Facilidad de acceso.
- ✓ Ubicación de competidores.
- ✓ Aspectos legales (permisos, licenciamiento de local).
- ✓ Visibilidad del lugar.
- ✓ Agentes de distribución.

Llevaremos a cabo una estrategia de B2B y B2C, como el perfecto MIX de estrategia para beneficiar a nuestro proveedor ubicado en california y a nuestro consumidor final, promoviendo la venta de un producto innovar, divertido y durable. Contagiando de una experiencia única como la que ofrece POOCH SELFIE, lograremos fidelizar a nuestros clientes y no sólo eso, también captar nuevos consumidores de uso sin importar la edad, ya que 9 de cada 10 familias tiene una mascota en casa.

B2B: Se comercializará el producto a veterinarias, ferias de pet show, centros comerciales.

B2C: Vamos a trabajar sobre las emociones que desarrollan el público en general, para generar comprar de manera masivas con nuestro consumidor final. (Vía redes sociales como: instagram, Facebook, twitter, página web)

## **3.2 Investigación de mercado objetivo**

### **3.2.1 Segmentación de mercado objetivo**

Nuestros componentes de segmentación en comparación a otras marcas, es que de acuerdo al análisis de producto que se efectuó, no contamos con un competidor directo y menos indirecto en nuestro mercado nacional, por lo tanto, nuestro producto tiene aspectos diferenciales altamente

notable, es por ello que hemos considerado el concepto de “Diferenciación” vamos a centrarnos en sus emociones y deseos para lograr una estrategia positiva de marketing.

Por lo que trabajamos la siguiente segmentación del mercado basándonos en el comportamiento de nuestro cliente.

<b>Segmentación Geográfica</b>	Lima – Perú Distribución a nivel nacional.
<b>Segmentación Demográfica</b>	Sexo: H y M Edad: 16 – 45 años Educación: Estudiantes, Universitarios, Profesionales, Amas de casa. Estudios: Básico, técnico, superiores.
<b>Segmentación Comportamental</b>	Clientes con un comportamiento alto moderado de compra, pueden agruparse como clientes fieles, las razones del consumidor es satisfacer sus deseos, emociones y necesidades. Son sensibles ante las mascotas y ante campañas de apoyo social de animales. Manejan un buen estilo de vida.
<b>Segmento Socioeconómico</b>	A, B y C

### 3.2.2 Definición del perfil del consumidor:

El estilo de vida de nuestro consumidor tiene a ser un PROSUMIDOR, es un cliente que genera contenidos, comentarios y su participación sobre nuestro producto, ejercía un tipo de influencia sobre nuestro mercado, ya que existe un gran mercado potencial en redes donde el 78% de personas ejecutan sus compras de acuerdo a comentarios o experiencias de otros clientes. Cada contenido

generado por nuestros prosumidores va de la mano con la toma de decisiones de nuevas clientes contribuyendo a un marketing inteligente en nuestra empresa.

### **Características del Prosumer**

Las características principales de este nuevo consumidor son las siguientes:

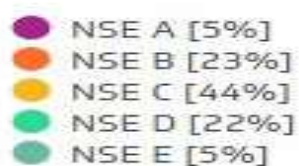
- ✓ Cuando quieren comprar algún producto, se informan con detalle de todos los proveedores, precios, características, etc.
- ✓ Siempre generan comentarios y contenidos de su experiencia.
- ✓ Meditan más antes de realizar la compra.
- ✓ Saben el tipo de producto que quieren y no dudan en dar su opinión en las redes sociales.
- ✓ Ya no se fían de los datos que les proporcionan las marcas, así que buscan otros medios de información para conocer al producto y la filosofía de la marca.
- ✓ Son altamente activos con sus redes sociales y tecnología.

### **3.2.3 Medición del mercado objetivo**

Después de haber analizado y decidido que nos enfocaremos en el segmento socioeconómico A, B y C, de acuerdo a la información que hemos realizado, es decir: entrevistas, consultas, observación, análisis en redes y toda clase de recogida de información; nuestra empresa no sólo ha estudiado el producto nuevo por introducir al mercado peruano, también ha estudiado la respuesta y comportamiento de cada cliente, llegando a la conclusión que cada vez son más las personas que conectan de manera emocional con sus mascotas y tienen la necesidad de mostrarlo en sus redes, tanto como la vida, las necesidades y las redes ha evolucionado que ahora “obtener una muy buena selfie con tu mascota” tiene mayor importante en nuestra red de mercadeo digital.

Asimismo, mostramos analizamos los estudios realizados por APEIM, Asociación de Perrunas Empresas de Inteligencias de Mercados, donde se constata nuestra teoría de distribuir nuestro producto al segmento socioeconómico: A., B y C.

### Distribución NSE 2019



(Fuente: APEIM)

Los segmentos A B y C: contiene el mayor patrón de compra a nivel de posición de mercado en ventas.

### Distribución NSE

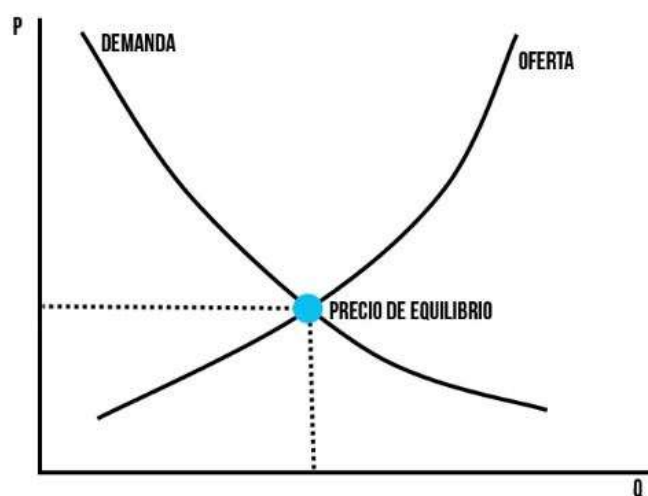


(Fuente: APEIM)

### 3.3 Análisis de oferta y demanda en el mercado

#### 3.3.1 Análisis de oferta:

Respetando el concepto de “oferta” nuestra empresa estima vender: 200 unidades de POOCH SELFIE por mes y su distribución será a: Centros comerciales, tiendas veterinarias, ferias y show woom pet y ventas de uso persona. La idea de obtener un mercado libre de competencia y enfocándonos un producto con diferenciación deberá tener como resultado un punto de equilibrio, entre lo que deseamos vender y la satisfacción con nuestros clientes.



#### 3.3.2 Análisis y cálculo de la demanda:

El análisis de nuestra demanda no fue algo complejo debido que no entramos en competencia con ningún otro producto en el mercado nacional actualmente, por lo que la cantidad de lo que se estima vender es de 200 productos por mes, creemos que las ventas se darán de la siguiente manera: 60% perconsumer, 40% empresas para su comercialización. Lo ideal es encontrar el punto de equilibrio entre la oferta y demanda para obtener nuestro “precio equilibrio”.

### **3.3.3 Análisis de competitividad y benchmark:**

Nuestro benchmarking competitivo nos evidenció que teníamos un OPORTUNIDAD de venta para poder penetrar el mercado nacional, debido que actualmente no contamos con competidores directos, lo cual igual nos deja a la vanguardia de que a futuro plazo pueda existir réplicas del producto, es por eso que tenemos como función principal, mantener y potenciar la presencia de POOCH SELFIE dentro del mercado objetivo, con la finalidad de analizar estrategias de promoción exitosas y trabajarlas en sinergia con nuestros distribuidores para lograr más éxito de nuestra compañía.

El benchmarking digital que vamos a trabajar nos revelará perspectivas diferentes y reales acerca de cómo se comporta el producto sobre nuestro mercado, así mismo, ver sus tendencias y cuan innovador, práctico y que tipo de recomendaciones realice el cliente. Prácticamente es una herramienta para generar soluciones sobre el posicionamiento de pooch selfie.

### **3.3.4 Análisis de precio de importación:**

SUPPLY VET SAC, realizó un exhaustivo análisis sobre su proveedor, de manera que establecer el primer contacto con él, fue fácil, debido a que cuando se le planteó la idea de comercializar el producto en Perú, mostró mucho interés en hacerlo, evidenciamos un valor de satisfacer la demanda del producto dentro de nuestro mercado peruano, asimismo, cuando iniciamos este peculiar camino de la negociación, ambos nos apoyamos en la calidad y el precio del producto, puesto que pudimos manejar un costo a proveedor, y así fue que cerramos la negociación.

Los factores que analizamos fueron los siguientes:

- Aranceles e impuestos aduaneros.
- Los costos del transporte y seguro.

- Precio de producto en país origen (En este punto es importante mencionar, que el trato comercial pactado con nuestro proveedor nos permitió adecuar la importación a punto de equilibrio entre oferta y demanda, debido se decidió manejar el Incotemr FOB, porque nuestros costos y gastos de importación nos lo permitían, de tal manera que no daño el principio de efectuar una importación rentable).
- Costos en destino a bóveda.

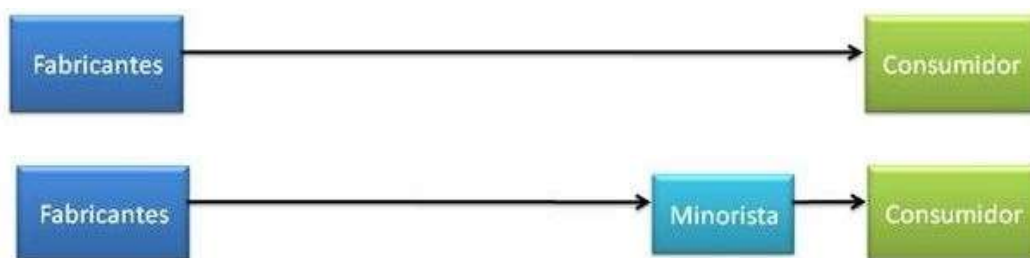
### 3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución:

Determinamos que nuestra “plaza” o “canales de venta” serán las siguientes: Veterinarias, pet show, centros comerciales, cliente final. Nuestra distribución será: “Empresa-Minorista-Cliente Final” y “Empresa-Cliente final” ambos son conocidos como canales de distribución “corto y mediano”.

En nuestra distribución existen diferentes fundamentos que tomar en cuenta que es preciso analizar de manera importante:

- Costos de envío.
- Costo de transporte.
- Tiempos de operación.
- Ubicación demográfica de cada distribuidor.

#### Distribución de Pooch Selfie:



### 3.3.6 Análisis del Entorno

Al seguir un negocio de emprendimiento llámese (STARTUP) es decir, el lanzamiento y la comercialización de un nuevo producto, tiene buscar “encajar” en el mercado objetivo, para ello nos basamos en el análisis “PESTEL” comprobando la viabilidad de nuestro proyecto en marcha.

<b>Política</b>	En el sector político, nuestro producto es completamente viable, no afecta.
<b>Economía</b>	Desde la importación hasta el costo que se será establecido a nivel nacional, será accesible.
<b>Social</b>	De acuerdo al estudio de mercado, el producto es 100% aceptado en la sociedad peruana.
<b>Tecnología</b>	Es un producto que va de la mano de la tecnología, empezando que es un accesorio canino inteligente para móviles.
<b>Ecología</b>	Deseamos generar aporte con el medio ambiente por lo que SUPPLY VET SAC, hará la entrega del producto pooch selfie con una bolsa ecológica a los clientes.
<b>Legal</b>	SUPPLY VET SAC, será creada legalmente y con nombre reservado en INDECOPI.

Elaboración Propia

### 3.4. Estrategias de venta y distribución nacional

En cuanto a la estrategia de venta que usaremos, nos vamos a basar en Michael Porter, donde decidimos trabajar en primera instancia en la estrategia de “Diferenciación” de producto, propio de lo innovador y exclusivo que va percibir el cliente respecto a POOCH SELFIE. El enfoque de la empresa es liderar en diferenciación y segmentación de mercado, provocando así clientes altamente satisfechos según sus hábitos y generar competitividad como una ventaja.



### **3.4.1. Estrategias de segmentación**

Nuestra estrategia de segmentación será la “no diferenciada” por lo que, hemos puesto el foco en las comunes características y deseos que tienen los clientes con una determinada necesidad; esto nos permite especializarnos en importar un único producto que cumpla con sus expectativas deseadas, esta estrategia tiene una ventaja muy favorable debido a que la empresa podrá ahorrar en temas de costos de producción, distribución y campañas destinado sólo a un grupo de personas, con ésta estrategia podremos distribuir y promocionar de la misma manera a todos los segmentos y todos los mercados pactados.

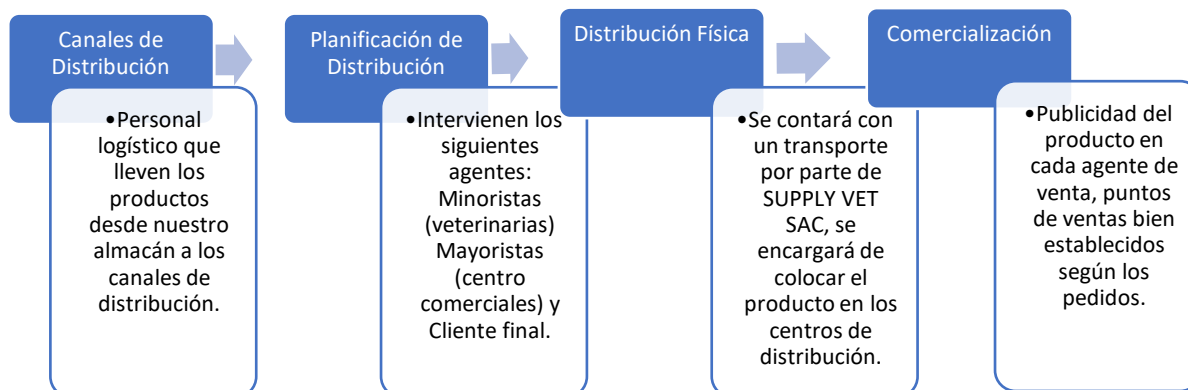
### **3.4.2. Estrategias de posicionamiento**

Hemos definido usar las siguientes estrategias principales para lograr posicionamiento en el mercado a nivel nacional: Según el estilo de vida (evaluamos que el perfil del cliente se basa de acuerdo a sus emociones y a los hábitos de vida sociales que lleva a diario, es por eso que tenemos como resultado que cada 10 familias, 7 tienen una mascota en casa, es por eso que basándonos en lo anterior se logra una posicionamiento de marca importante; A la vez, la función de las características de POOCH SELFIE, que la principal característica es captar la atención de la mascota con el accesorio móvil para obtener la mejor selfie con ellos.

### **3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado**

En cuanto a nuestra penetración de mercado, deseamos lograr una gran presencia de marca, llamando la atención de nuestros clientes con nuestro, de igual manera, consideramos que POOCH SELFIE, visualmente ya jala la atención de cliente y no sólo por su forma, sino también por la funcionalidad que tiene, esto fue evidenciado cuando hemos muestreado el producto a personas cercanas y evaluamos el comportamiento de aceptación de producto que tuvieron en instantes. La idea es de penetrar todos los mercados posibles dentro y fuera de Lima, y así expandir el producto.

### 3.4.4. Estrategias de distribución comercial: Detallamos nuestro canal en operación.



### 3.4.5. Estrategias de branding



El producto a primera vista tiene identidad e imagen corporativa, por lo que se hace referencia a sus aspectos visuales, en principio vemos el color amarillo que significa: la persuasión y la conducta humana de acuerdo a sus emociones, es por eso altamente atractivo para los clientes, Asimismo, tiene asociación con la luz del sol, transmite la energía, la alegría, la juventud y la diversión.

Por otro lado, visualizamos el color verde que en términos de marketing significa: Crecimiento, es color de naturaleza, un color relajante, de medio ambiente, asociado con la esperanza. Estas características calzan netamente con el deseo lograr objetivos, es decir, la satisfacción con el cliente logrando la foto ideal con su mascota.

### **3.5. Estrategias de promoción nacional**

#### **3.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.**

Las promociones serán bajo la cantidad de “compartir” “me gusta” que los clientes hagan vía redes sociales, y también crearemos vales de % para la 2da compra de POOCH SELFIE. Generaremos alianzas estratégicas con veterinarias u hoteles caninos, dónde por realizar la compra de nuestro producto puedan tener cierto acceso a uno de sus servicios de atención para sus mascotas. Se realizarán sorteos de manera mensual para generar participación de nuestros clientes, así mismo establecer un contacto importante entre ellos para escuchar sus recomendación o deseos con el objetivo satisfacer sus deseos.

#### **3.5.2. Propuesta de valor**

POOCH SELFIE, cuenta con una propuesta de valor única, resuelve un gran problema doméstico con nuestras mascotas, donde evidenciamos claramente el beneficio que se tendrá con nuestro producto, de manera que estamos seguros que proponer este nuevo producto, logramos una alta remuneración no sólo de dinero, sino también de felicidad y satisfacción en nuestros clientes amantes de sus mascotas que tiene como resultado “las mejores fotos con sus mascotas”.

#### **3.5.3. Estrategas de marketing digital y uso del e-commerce**

Se usará como medios de marketing digital, las siguientes redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter, de la misma manera tenemos un valor agregado importante, manejamos una carta de

“artistas estratégicos” importantes, puesto que se realizarán spots publicitarios, recomendaciones, promociones mediante saludos de artistas de los canales más vistos en Lima tales como: Latina, Atv, América TV.

### **3.6. Políticas de estrategias de precio**

Nuestra política de estrategia de precio está basada en el buen funcionamiento de nuestra asociación, éstas están vinculadas a nuestro segmento de mercado y a los objetivos de nuestra empresa, por lo que nos basaremos para ingresar al mercado en el PRECIO POR LINEA, es decir contaremos con un solo precio determinado para nuestro número de productos, basándonos en la transparencia y nuestros valores como empresa.

## **4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL**

### **4.1. Envases, empaques y embalajes**



**Dimensiones del producto:** 10.2 x 5.1 x 6.4 cm

El producto está envasado con cartón plastificado para evitar cualquier daño fortuito que pueda afectarlo directa o indirectamente en el transcurso de la cadena logística de importación.



**Dimensiones de la caja:** 59 x 38 x 20 cm

Por otra parte, será empacado en cajas master 20c, debido ingresan más unidades y están debidamente protegidas.



Será recubierto con cinta de embalaje adicionalmente se le colocará papel film para mantener debidamente seguro el producto, con esto evitaremos que se abra o se dañe el mismo y evitar cualquier daño fortuito al momento del envío.

## **4.2. Diseño del rotulado y marcado**

### 4.2.1. Diseño del rotulado

De acuerdo a la naturaleza del producto no necesita ninguna rotulación extra, cuenta con su rotulado de origen, ya que el producto no es corrosivo, explosivo ni tóxico por lo cual ingresaría directamente; Pero como valor agregado de nuestro producto, se establecerá un sticker debajo de la descripción del producto indicando de dónde viene y bajo qué empresa se realizó la importación.



#### 4.2.2. Diseño del marcado

Tendrá los 3 tipos de marcado:

##### **Marcado estándar:**

Destino: Callao – Perú

Dirección: Avenida Insurgentes N° 1245, San Miguel, Lima - Perú

Número de unidades: 10 cajas (9 cajas de 134 unidades y 1 caja de 94 unidades)

Total de unidades a importar: 1300 unidades.

##### **Marcado informativo:**

País de origen: Estados Unidos – CALIFORNIA

Puerto de salida: Puerto de los Ángeles

Puerto de entrada: Callao

Peso bruto: 6kg 466 gr

Peso neto: 4 kg 540 gr

##### **Marcado de manipulación:**

Es la información sobre el manejo y advertencias en el momento de manipular o transportar la carga, se utilizan símbolos pictóricos establecidos en la Norma ISO 780 y 7000 “Instrucciones sobre manejo y advertencia”.

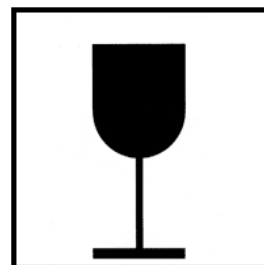
Los pictogramas que utilizaremos serán, “Protéjase de la humedad “, “frágil”



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



FRÁGIL

Fuente: [Marcado](#)

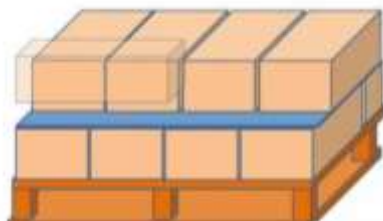
### 4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

#### Unitarización

Se utilizará un pallet plastificado, debido a que el peso de la carga no excede los 10 kg.

Las cajas se colocarán de la siguiente manera:

5 cajas echadas en el primer nivel, en el segundo nivel 5 cajas extras.



Fuente: [unitarización de la carga](#)

**DIMENSIONES DEL SPOOCH SELFIE**

Dimensiones	10,2 alto x 5,1 largo x 6,4 ancho cm
Peso Neto	4,20 gr
Peso Bruto	4,54 gr

Fuente: Elaboración propia

**DIMENSIONES DE CAJAS**

D. Caja	59 largo x 38 ancho x 20 altura mts
Peso Neto de Caja	200 gr

Fuente: Elaboración propia

**DIMENSIONES DE PALLET**

D. Pallets	1.2largo x 1.0 ancho x 0.25 mts
Peso Tara de Pallet	10 kg

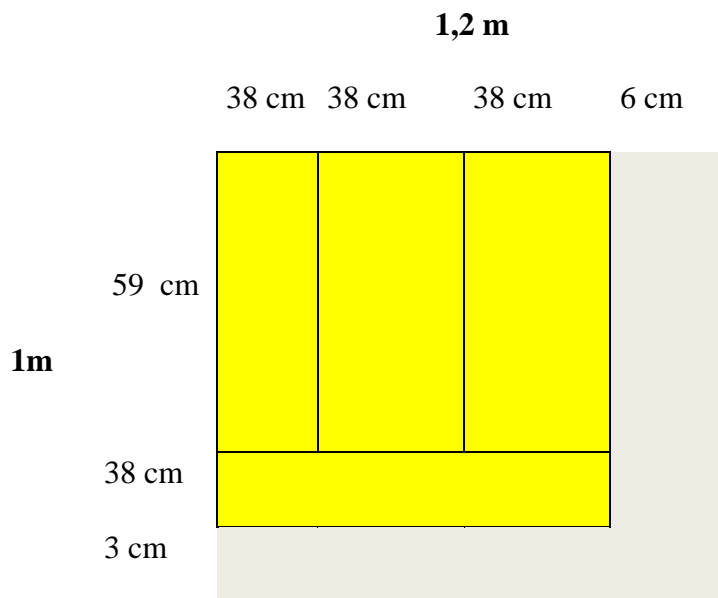
Fuente: Elaboración propia

**DIMENSIONES DEL CONTENEDOR 20''**

Contenedor 20''	Largo	Ancho	Alto
Dimensiones	5.90	2.34	2.40

Fuente: Elaboración propia



**PLANIMETRIA NIVEL 1****BASE:****GRÁFICO**

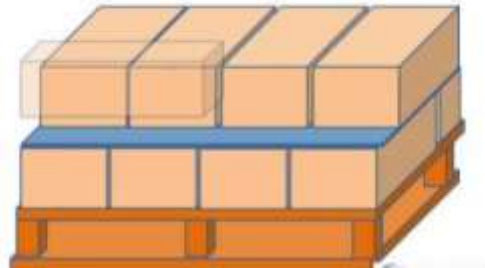
Fuente: Elaboración propia

En la base del palet ingresaran 5 cajas como se muestra en la parte superior y 5 cajas encima de estas con esto completamos las 10 cajas de spooch selfie.

El color amarillo representa las cajas y el color plomo representa los espacios sobrantes para llenar completamente el palet.

**APILAMIENTO:**

2 pisos de apilamiento

Fuente: [apilamiento](#)**VOLUMEN DE CARGA:**

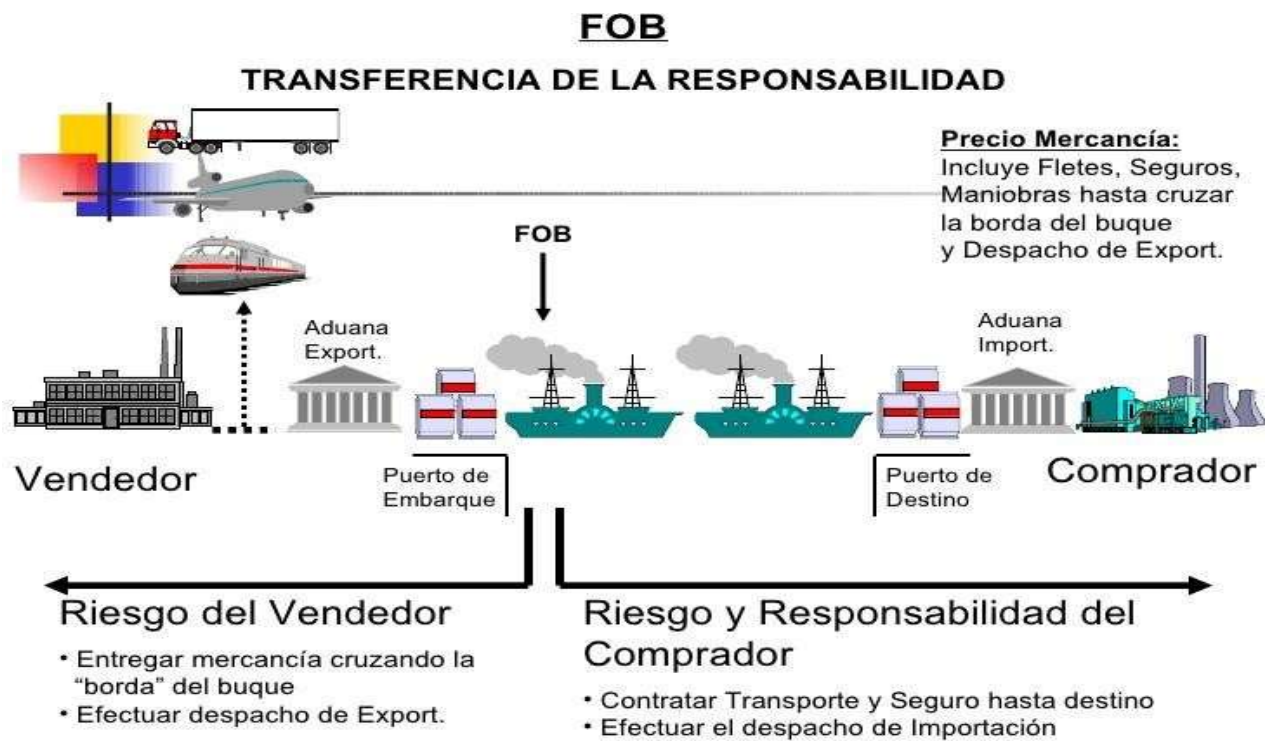
20 pies estándar (dry cargo) 20'x8'x6'



MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA	
	Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies
LARGO	6.05	20'	5.90	19'4"		
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'6"
ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'0"	2.29	7'6"

Fuente: [Exportaciones importaciones y su logística](#)

#### 4.4. Cadena de DFI de exportación/importación



Fuente: [Los incotems](#)

<b><u>OBLIGACION DEL VENDEDOR (SHIPPER):</u></b>	<b><u>OBLIGACION DEL COMPRADOR (IMPORTADOR):</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de la mercancía y documentos necesarios.</li> <li>• Empaquetado y embalaje.</li> <li>• Transporte interior en el país de origen.</li> <li>• Despacho de aduanas en origen.</li> <li>• Gastos de salida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago de la mercancía</li> <li>• Flete internacional</li> <li>• Seguro</li> <li>• Gastos de llegada</li> <li>• Despacho de aduanas en destino.</li> <li>• Transporte interior en el país de destino</li> <li>• Pago de aranceles.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

El término que utilizaremos para la importación será en “FOB” de los incoterms 2020. Elegimos esta opción porque podremos abaratar costos debidos que podemos negociar el flete y el seguro, pudiendo tomar una opción más económica.

#### **4.5. Seguro de las mercancías**

Contrataremos un seguro aquí en Perú, nos comunicaremos con la empresa RIMAC seguros la cual nos cotiza a un precio accesible. El monto a asegurarse es de \$4450 por el precio total de la carga, los precios de los seguros van dependiendo de la cláusula, oscilan entre los \$10 hasta los \$30.

### **5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **5.1.- Fijación de precios**

##### **5.1.1 Costos y precio**

El presente proyecto se fundamenta en la importación de 1300 unidades, bajo las siguientes condiciones:

- Precio de compra: FOB
- Seguro de carga
- Gasto Tributario y demás derechos
- Costos logísticos operativos
- Costos de gestión operativa de importación
- Costos de selección de proveedores
- Costos operativos de importación

Así mismo es necesario señalar que la presente importación realizada por SUPPLY VET S.A.C se acogerá a la percepción del IGV bajo el valor de 3.5%, debido a que se gestionará como parte de la promoción por un valor debajo de los USD 2,000.00 bajo régimen aduanero de importación para el consumo.

<b>COSTOS DE IMPORTACIÓN POR EMBARQUE</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>%</b>	<b>MONTO</b>	
VALOR DE LA MERCANCÍA(FOB)	-%	\$ 5.785,00	
AJUSTE	0,00%	-	
FLETE (LCL Marítimo)	-%	\$ 50,00	
SEGURO (Flotante Door to Door)	-%	\$ 30,00	
<b>VALOR EN ADUANAS (CIF ADUANERO)</b>		\$ 5.865,00	
AD/V	0,00%	-	
ISC	0,00%	-	
<b>IGV</b>	16,00%	\$ 938,40	
<b>IPM</b>	2,00%	\$ 117,30	
<b>PAIGV</b>	3,5%	\$ 205,27	
ANTIDUMPLING	0,00%	\$ -	
<b>GASTO TRIBUTARIO Y DEMÁS DERECHOS</b>			\$ 1.642,2
ALMACÉN (Inc. IGV)		\$ 98,46	
DESCARGA/Desconsolidación		\$ 30,23	
<b>Recargos** (Movilización, montar cagas)</b>		\$ 20,84	

VISTO BUENO		\$ 124,00	
FLETE INTERNO (CALLAO - ALMACÉN)		\$ 30,00	
<b>COSTOS LOGÍSTICOS OPERATIVOS</b>			\$ 303,07
COMISIÓN DE AGENTE ADUANAS (0.5% CIF, Min: US\$120 + IGV)	0,50%	\$ 120,00	

GASTOS OPERATIVOS	-%	\$ 35,50		
TARIFA DE TRANSACCIÓN	3,25%	\$ 188,01		
EMISIÓN DE SEGURO (3% de Prima)	3%	\$ 0,90		
IGV DE SEGURO (Prima + Emisión) x18%	18%	\$ 3,76		
<b>COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVA DE IMPORTACIÓN</b>			\$ 348,17	
BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES		\$ 18,50		
<b>COSTOS DE SELECCIÓN DE OPERADORES</b>			\$ 18,50	
COSTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS			\$ 1.260,9	
COSTOS LOGÍSTICOS OPERATIVOS			\$ 239,53	
COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVA DE IMPORTACIÓN			\$ 348,17	
COSTOS DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES			\$ 18,50	
<b>COSTOS OPERATIVOS DE IMPORTACIÓN (COM)</b>				\$ 1867.1
COM			\$ 1,867.1	
VALOR DE LA MERCANCÍA IMPORTADA			\$ 5.865,00	
<b>COSTOS DE COMPRA INTERNACIONAL (CCI)</b>				\$ 7,732.1
CCI			\$ 7,732.1	
COSTOS DE GESTIÓN VARIABLE			\$ 140,50	
COSTOS DE GESTIÓN FIJOS			\$ 2.200,61	
<b>COSTO TOTAL DE IMPORTACIÓN</b>				\$ 10,073.21

<b>COSTOS DE IMPORTACIÓN (UNITARIO)</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>%</b>	<b>MONTO</b>	
VALOR DE LA MERCANCÍA(FOB)	-	\$,4,45	
FLETE (LCL MARÍTIMO)	-%	\$,0,039	
SEGURO (Flotante Door to Door)	-%	\$,0,023	
<b>VALOR EN ADUANAS (CIF ADUANERO)</b>		\$,4,512	
AD/V	0,00%	\$,0,00	
ISC	0,00%	\$,0,00	
<b>IGV</b>	16,00 %	\$,0,72	
<b>IPM</b>	2,00%	\$,0,090	
<b>PAIGV</b>	3.5%	\$,0,15	
<b>GASTO TRIBUTARIO Y DEMÁS DERECHOS</b>			\$,0.96
ALMACÉN (Inc. IGV)		\$,0,08	
DESCARGA/Desconsolidación		\$,0,02	
Recargos** (Movilización, montacargas)		\$,0,016	

VISTO BUENO		\$,0,09		
FLETE INTERNO (CALLAO - ALMACÉN)		\$,0,02		
<b>COSTOS LOGÍSTICOS OPERATIVOS</b>			\$0,23	
COMISIÓN DE AGENTE ADUANAS (0.5% CIF, Min: US\$120 + IGV)	0,50%	\$,0,09		
GASTOS OPERATIVOS	-%	\$,0,03		
TARIFA DE TRANSACCIÓN	3,25%	\$,0,14		
EMISIÓN DE SEGURO (3% de Prima)	3%	\$,0,0006		
IGV DE SEGURO (Prima+Emisión) x18%	18%	\$,0,003		
<b>COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVA DE IMPORTACIÓN</b>			\$,0,2636	
BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES		\$,0,022		
<b>COSTOS DE SELECCIÓN DE OPERADORES</b>			\$,0,022	
<b>COSTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS</b>			\$,0,96	
<b>COSTOS LOGÍSTICOS OPERATIVOS</b>			\$,0,18	
<b>COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVA DE IMPORTACIÓN</b>			\$,0,27	

<b>COSTOS DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES</b>	\$0,014	
<b>COSTOS OPERATIVOS DE IMPORTACIÓN (COM)</b>		\$1,424
COM	\$1,424	
VALOR DE LA MERCANCÍA IMPORTADA	\$4,51	
<b>COSTOS DE COMPRA INTERNACIONAL (CCI)</b>		\$5.93



El costo unitario del producto, puesto en almacén de la empresa, considerando el medio más económico, vía marítima, sería el siguiente:

- Pooch selfie: \$5.93

Es necesario señalar que se ha evaluado transportar la mercancía a través de vía aérea, sin embargo, el costo del producto se incrementó en 7.4% correspondientemente.

### 5.1.2 Cotización internacional

Oportunamente se ha evaluado a todos los proveedores que venden pooch selfie a nivel mundial, de este modo se ha identificado a 4 empresas, se procedió a verificar los precios, stock y origen de los productos, para lo cual se realizó un comparativo entre estas empresas:

	<b>POOCH SELFIE</b>	<b>AMAZON</b>	<b>SHARK TANK SELFIE</b>	<b>CHEWY</b>
<b>Ubicación</b>	USA	USA	USA	USA
<b>Precio Unitario</b>	US\$ 4.45	US\$ 9.99	US\$ 9.99	US\$ 9.99

<b>Stock disponible (UN)</b>	40 000	10 000	5 000	20 000
<b>Pedido mínimo</b>	1	1	1	1
<b>Tipo de empresa</b>	Mayorista / Minorista	Mayorista / Mayorista	Minorista / Mayorista	Mayorista / Minorista

Una vez analizada cada una de las empresas, se ha identificado que la empresa “Pooch Selfie, ubicado en California, Estados Unidos; es fabricante de accesorios y provee a vendedores minoristas y mayoristas a nivel mundial.

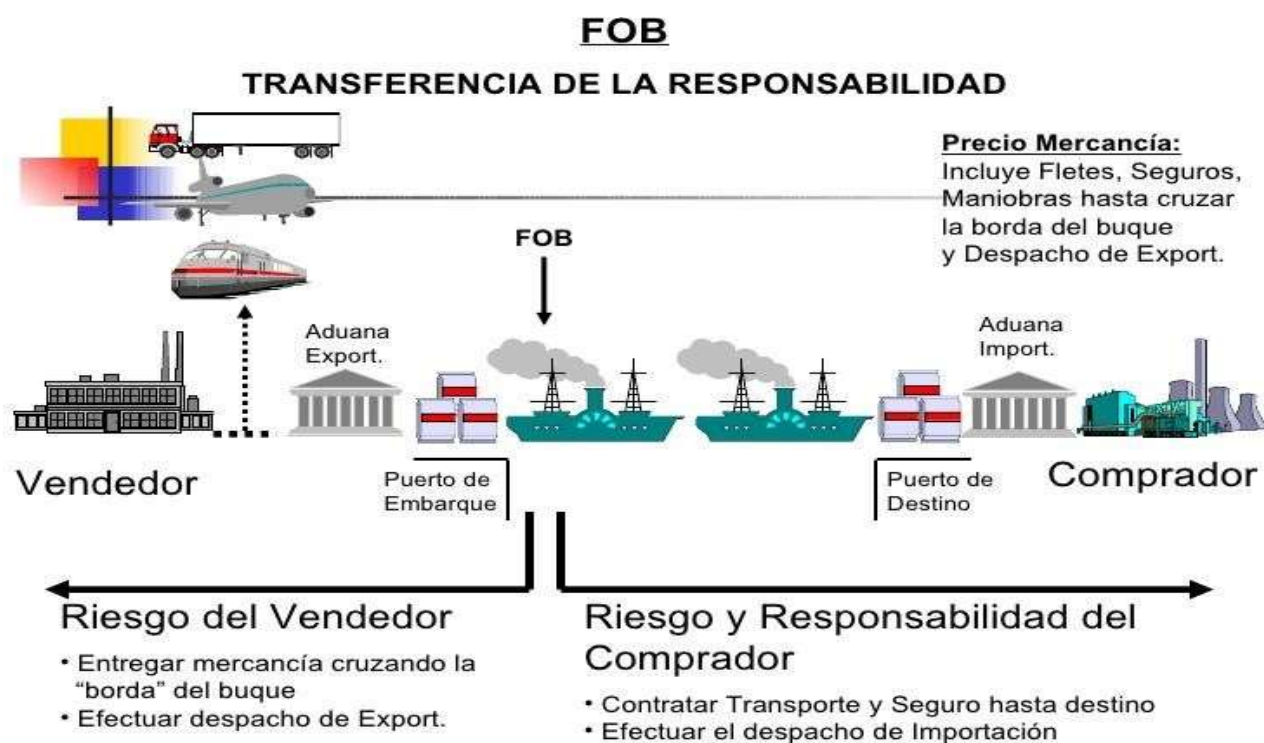
En este sentido y en virtud del presente proyecto se ha solicitado la cotización según la evaluación de demanda proyectada en el mercado de Lima Metropolitana:

- Cantidad solicitada: 1300 unidades

Cabe señalar que se ha programado una importación cada 2 meses, con la finalidad de contar con stock y disponibilidad de crecimiento de la demanda a lo largo de la vida del producto.

## 5.2.- Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos

### 5.3 Elección y aplicación del Incoterm



Fuente: [Los incoterms](#)

<b><u>OBLIGACION DEL VENDEDOR (SHIPPER):</u></b>	<b><u>OBLIGACION DEL COMPRADOR</u></b> <b><u>(IMPORTADOR):</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de la mercancía y documentos necesarios</li> <li>• Empaquetado y embalaje</li> <li>• Transporte interior en el país de origen</li> <li>• Despacho de aduanas en origen</li> <li>• Gastos de salida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago de la mercancía</li> <li>• Flete internacional</li> <li>• Seguro</li> <li>• Gastos de llegada</li> <li>• Despacho de aduanas en destino</li> <li>• Transporte interior en el país de destino</li> <li>• Pago de aranceles</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

El término que utilizaremos para la importación será en “FOB” de los incoterms 2020. Elegimos esta opción porque podremos abaratar costos debidos que podemos negociar el flete y el seguro, pudiendo tomar una opción más económica.

#### **5.4.- Determinación del medio de pago y cobro**

##### **a. Medio de pago**

La plataforma de la empresa “Pooch Selfie”, permite realizar transacciones de pago entre el comprador y vendedor, por medio de transferencia bancaria, aceptando tarjetas de crédito y débito.

La cual se caracteriza por:

1. Cobro de comisión por transacción del 3,25% del monto total.
2. Se puede utilizar cualquier tipo de tarjeta Visa, MasterCard, American Express.
3. Permite transferencia bancaria previo comunicación con el vendedor
4. La plataforma cuida los intereses del comprador con un seguro mediante el pago por paypal.

Adicionalmente se adjuntará un contrato compra venta internacional.

De esta manera el comprador se encontrará respaldado de los siguientes casos:

1. El proveedor no envíe la mercancía en el tiempo y plazo pacto una vez realizado deposito
2. Los productos no se encuentren en óptimo estado y la cantidad acordada.

#### **b. Medio de cobro**

La empresa SUPPLY VET S.A.C. se encargará de la distribución de los accesorios, teniendo alianzas estratégicas con puestos de comercialización, además se realizará publicación en redes sociales y tiendas online tales como: Mercadolibre, Olx, Linio, entre otras. Seremos mayoristas y a la vez minoristas.

Para los puestos de comercialización se realizará la venta de las unidades requeridas mediante su solicitud de compra, se entregarán las unidades en máximo de 5 días hábiles; dependiendo si el requerimiento sea en lima y/o provincias.

Por otra parte, se deberá recibir un adelanto del 30% del total de la venta para efectuar conforme a que la empresa pueda lograr tener flujo de liquidez.

El costo del producto para estas tiendas comercializadoras y para las tiendas online es de S/. 65 la unidad (costo proveedor), se encuentra acondicionada la venta del producto al público en S/. 70 por unidad, con la finalidad de que la mayoría pueda contar con el producto y estas se encuentren distribuidas en gran parte de lima metropolitana.

Es de suma importancia señalar que el los clientes podrán adquirir los productos ya sea mediante pagos en efectivo, tarjetas de crédito o débito, según las condiciones establecidas por las tiendas.

#### **5.5.- Elección del régimen de exportación o de importación**

El régimen seleccionado para el presente proyecto se encuentra sujeto bajo la normativa y condiciones establecidas en “Importación para el consumo” con su normativa y condiciones

dispuestas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria con el código DESPA-PG.01, aprobado por Resolución de Intendencia Nacional N. 11-2014-SUNAT/5c0000.

En este sentido, según SUNAT (2019) señala que la importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio nacional aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que pudieran haberse generado y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.

### **5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional**

Dentro del marco del presente proyecto, se ha evaluado los trámites necesarios y costes implicados en el proceso de importación de la mercancía, el mismo que se ha detallado en cada una de las cotizaciones brindadas por las diferentes empresas consultadas (Anexo 03)

Sobre la base de lo antes expuesto y con la finalidad de lograr un beneficio para el desarrollo del negocio, la empresa SUPPLY VET S.A.C. se sujetará al despacho simplificado por el producto enviado por el proveedor, transfiriendo así el porcentaje de percepción más alto al monto de menor costo para la empresa, en este sentido se procesaría de la siguiente manera:

#### **5.6.1 Primera importación**

Según SUNAT (2019) las consideraciones generales del Despacho Simplificado de Importación están gravado, según su clasificación arancelaria, en este caso bajo la partida 8517.62.90.00

- Ad Valorem: 0%
- Derecho antidumping o compensatorios: No aplica
- Impuesto General a las ventas (IGV) - 16%
- Impuesto de Promoción Municipal (IPM) - 2%
- Impuesto selectivo al Consumo (ISC): No aplica

- Percepción: 10% del total de impuestos (CIF+I/V+IGV+IPM)

### **5.6.2 Importación Regular**

#### **a. Agencia de Aduana e Impuestos**

- Ad/Valorem: 0%
- Impuesto general a las ventas: 16% (Sobre el CIF)
- Impuesto de Promoción municipal: 2% (Sobre el CIF)
- Percepción: 3.25%
- Comisión del Agente de Aduana por el servicio de nacionalización de mercancía
- Gastos operativos: Gasto al pago a la agencia de aduanas.

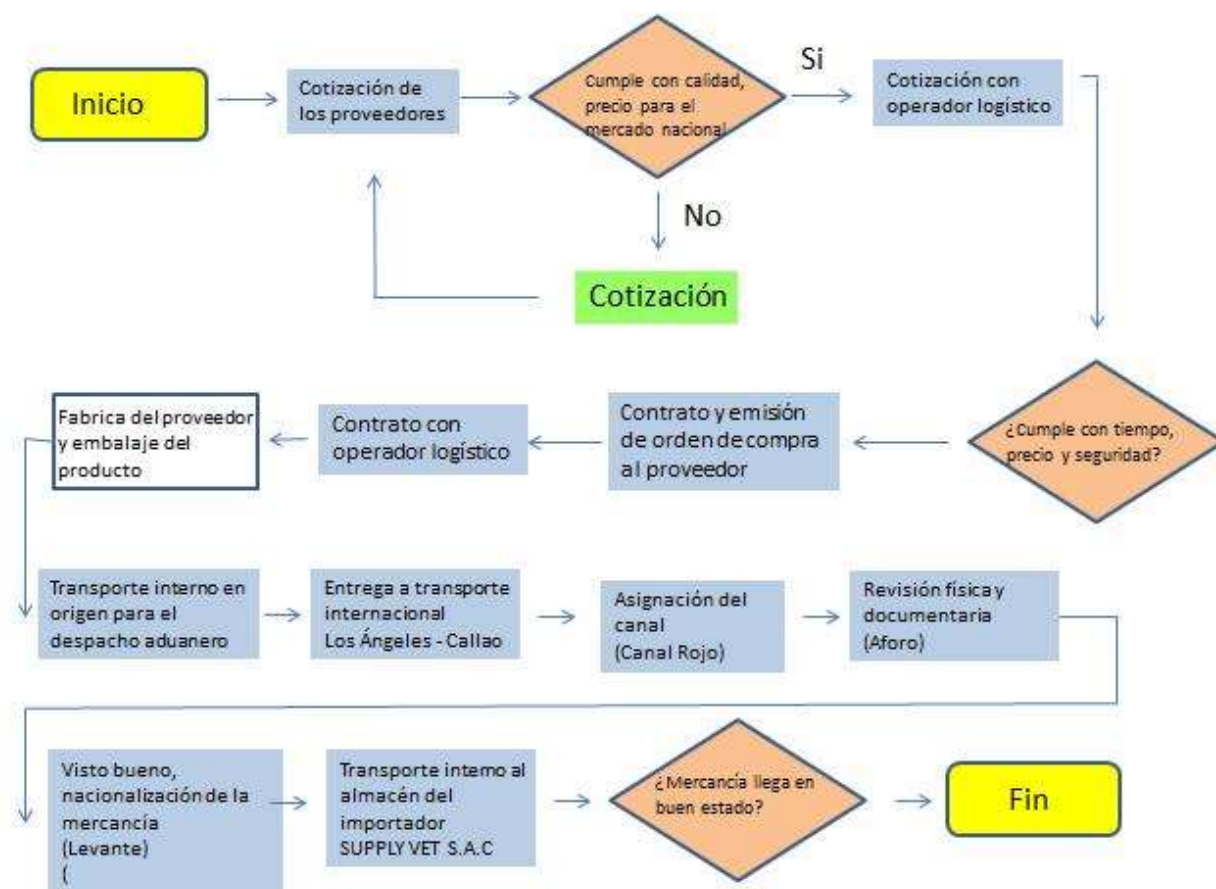
#### **b. Servicios logísticos**

- Seguro de mercancía: Cobertura desde la carga puesta en buque en puerto de origen.
- Descarga/desconsolidación: Entrega de mercadería a consolidadora sede Lima, en este caso

DP WORLD LOGISTICS.

- Visto bueno: Suscripción, sello y firma de Bill of Lading (BL)
- Almacén: resguardo de mercancía durante el proceso de nacionalización, para el presente caso, DP WORLD LOGISTICS.
- Aforo: Gasto operativos solo en caso el canal asignado para la mercancía sea rojo (Movilización, montacarga o cuadrilla).
- Transporte Local: Traslado de la mercancía desde Puerto hasta almacén.

### 5.7.- Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama



Elaboración propia

## 6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En este módulo, se va a visualizar la RENTABILIDAD del presente proyecto, el carácter financiero económico de la importación de 1300 unidades del producto **SPOOCH SELFIE**, por el primer mes y también se realiza la evaluación de manera anual por las unidades de 5800 del primer año. Asimismo como también el análisis del TIR (50%), el VAN (\$15,040.55) y el B/C (2.44); lo cual, como se puede apreciar en sus cifras, reflejan que el proyecto es altamente rentable y con un excelente panorama económico. Ello facilita a que la decisión de invertir en este producto resulte altamente atractiva para los decisores de la inversión; cabe resaltar que, nuestra inversión

se desarrollará con CAPITAL PROPIO, asimismo, se determinará los ingresos por venta programada de manera anual y los estados financieros, puesto que son fundamentos importantes para llevar a ejecución nuestro proyecto de negocio.

### PRODUCTO A IMPORTAR: SPOOCH SELFIE

Empresa creada en el mercado peruano para fomentar su importación y comercialización:

### SUPPLY VET SAC





Activos Tangibles

<b>INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>							
<b>RELACIÓN DE LOS BIENES</b>				<b>SIN IGV</b>	<b>18%</b>	<b>TOTAL</b>	
	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>IGV</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>
<b>INMUEBLE</b>							
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>Escritorio</b>	1	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00	<b>67.43</b>
	<b>Silla giratoria</b>	1	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 16.20	S/. 106.20	<b>30.34</b>
	<b>Archivador</b>	1	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 27.00	S/. 177.00	<b>50.57</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	<b>Laptop DELL</b>	1	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 324.00	S/. 2,124.00	<b>606.86</b>
	<b>Teléfono</b>	1	S/. 80.00	S/. 80.00	S/. 14.40	S/. 94.40	<b>26.97</b>
	<b>Impresora</b>	1	S/. 180.00	S/. 180.00	S/. 32.40	S/. 212.40	<b>60.69</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL DEL TANGIBLE</b>				<b>2500.00</b>	<b>S/. 450.00</b>	<b>2950.00</b>	<b>842.86</b>

Fuente: Elaboración propia

En el presente cuadro de Inversión Fija Tangible, se ha fijado los costos fijos, donde será la única compra en todo el año respecto a nuestro equipamiento para poder empezar a operar. Es el monto que necesitamos para mantener activa la empresa en principio.

Activos Intangibles

<b>INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE (SE RECONOCERÁN COMO GASTO EN EL MISMO AÑO)</b>	Costo Total	TOTAL
Búsqueda en SUNARP	S/. 20.00	\$5.71
Gastos Registrales en los Registros Públicos	S/. 22.00	\$6.29
Minuta de constitución	S/. 150.00	\$42.86
Gastos Notariales	S/. 440.00	\$125.71
Impresión de Comprobantes de pago: FACTURA, BOLETAS DE VENTA y GUIA DE REMISIÓN	S/. 115.00	\$32.86
Libros Contables	S/. 54.00	\$15.43
Legalización de libros Contables	S/. 80.00	\$22.86
DIGESA	S/. 120.00	\$34.29
<b>INVERSION TOTAL INTANGIBLE</b>	<b>S/. 1,153.00</b>	<b>\$329.43</b>

Fuente: Elaboración propia

En el presente cuadro de Inversión Fija Intangible, reconocemos el gasto por año que vamos a derivarlo para la creación e inscripción de nuestra empresa SUPPLEY PET SAC.

## Capital de Trabajo

Se considera de manera mensual el saldo de nuestros trabajadores, el gasto de tangibles e intangibles más la primera importación de mercadería (considerando que las importaciones será cada 2 meses)

<b><u>PLANILLA</u></b>		
	Sueldo Bruto	Sueldo Bruto en \$
Gerente General	S/. 2,200.00	\$628.57
Apoyo logistica	S/. 1,000.00	\$285.71
Subgerente	S/. 1,800.00	\$514.29
Asistente Marketing	S/. 1,000.00	\$285.71
Vendedor Internacional	S/. 930.00	\$265.71
Vendedor Nacional	S/. 930.00	\$265.71
Secretaria	S/. 1,200.00	\$342.86
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 9,060.00</b>	<b>\$2,588.57</b>

\*detalle planilla mensual

PLANILLA	\$ 32717.14
LUZ, AGUA, TELEF.	\$ 205.71
ALQUILER	\$ 3428.57
PÁGINA WEB	\$ 685.71
MUEBLES	\$ 148.34
COMPUTADORA E IMPRESORA	\$ 694.51
GASTOS NOTARIALES	\$ 125.71
LIBROS CONTABLES + LEGALIZ.	\$ 38.29
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38044.00</b>

\*cálculo anual

1ra importación será en el mes de Abril, consecuente de Julio y Octubre con una totalidad de 5,800

Año 1	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Cantidad				1,300			2,000			2,500			5,800

Inversión Total: Para calcular la inversión total hemos considerado (inversión tangible + intangible + capital de trabajo + importación)

el cálculo a continuación se detallará anualmente:

CAPITAL DE TRABAJO	
PLANILLA	\$ 32717.14
LUZ, AGUA, TELEF.	\$ 205.71
ALQUILER	\$ 3428.57
PÁGINA WEB	\$ 685.71
MUEBLES	\$ 148.34
COMPUTADORA E IMPRESORA	\$ 694.51
GASTOS NOTARIALES	\$ 125.71
LIBROS CONTABLES + LEGALIZ.	\$ 38.29
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38,044.00</b>

Donde **\$ 38,044.00** es el precio hallado de manera anual para el inicio de operación de nuestra empresa SUPPLY VET SAC.

Inversión TOTAL: A nuestro monto de \$ 38,044.00 considerando como CAPITAL DE TRABAJO, le añadimos nuestra inversión de nuestra importación anualmente, a continuación, se detalla

<b><u>GASTOS DE IMPORTACION</u></b>		UNITARIO	TOTAL		
	Costo producto envasado	\$4.45		TC =	3.5
	Cantidad solicitada		5,800		
	<b>Costo producto total (fob)</b>		<b>\$25,810.00</b>		
	Utilidad	110%	\$28,391.00		
	Valor de Venta		\$54,201.00		
CONCEPTO	MATRIZ DE COSTOS	COSTO UNITARIO	IMPUESTOS	COSTO TOTAL	TOTAL DE GASTOS DE IMPORTACION
	<i>DIRECTOS</i>	USD		USD	\$32,764.70
FLETE	<i>COSTO DEL FLETE</i>				
	<b>Total</b>			<b>\$150.00</b>	
SEGURO	<i>TOTAL SEGURO</i>			\$60.00	
TRIBUTOS DE ADUANA	<i>AD VALOREM</i>	0.0		\$0.00	
	<i>IGV (18%)</i>			\$4,683.60	
	<i>IPM</i>			\$520.40	
	<i>PERCEPCIÓN (3.5%)</i>			\$910.70	
	<b>TOTAL IMPUESTOS</b>			<b>\$6,114.70</b>	
SERVICIOS LOGISTICOS	<i>ALMACEN</i>	240.000		\$240.00	
	<i>DESCARGA</i>	90.000		\$90.00	
	<i>RECARGOS</i>	60.000		\$60.00	
	<i>VISTO BUENO</i>	150.000		\$150.00	
	<i>FLETE INTERNO</i>	90.000		\$90.00	
	<b>Total de costos importacion</b>			<b>\$32,764.70</b>	
	GASTOS DE IMPORTACION POR UNIDAD	\$5.65			
	<i>CIF (FOB+FLETE+SEGURO)</i>			<b>\$26,020.00</b>	

**MONTO DE IMPORTACIÓN DEL PRIMER AÑO CON 5,800 UNIDADES: \$32,764.70**

Teniendo como resultado el monto de **Inversión Total** calculado al año de: **\$32,764.70 + \$ 38,044.00 = \$70,808.70 (anual)**

### Presupuesto de Costos

T/C 3.5

PRESUPUESTO DE COSTOS			
DESCRIPCIÓN	\$	S/.	
SPOOCH SELFIE	\$4.45	S/.	15.58

Fuente: Elaboración propia

Costo del producto envasado **4.45 dólares**, según el cuadro de “gastos de importación” lo que me costaría por unidad cada producto considerando los costos de importación, el valor asciende a: **\$5.65 (CIF / CANTIDAD DE UNIDADES A IMPORTAR)**

<b>GASTOS DE IMPORTACION</b>		UNITARIO	TOTAL	
	Costo producto envasado	\$4.45		
	Cantidad solicitada		3,800	
	Costo producto total (fob)		\$25,810.00	
	Utilidad	110%	\$28,391.00	
	Valor de Venta		\$54,201.00	
CONCEPTO	MATRIZ DE COSTOS	COSTO UNITARIO	IMPUESTOS	COSTO TOTAL
	<i>DIRECTOS</i>	USD		USD
FLETE	<i>COSTO DEL FLETE</i>			
	<b>Total</b>			\$150.00
SEGURO	<i>TOTAL SEGURO</i>			\$60.00
	<i>AD VALOREM</i>	0.0		\$0.00
	<i>IGV (15%)</i>			\$4,683.60
	<i>IPM</i>			\$520.40
	<i>PERCEPCIÓN (3.5%)</i>			\$910.70
	<b>TOTAL IMPUESTOS</b>			\$6,114.70
	<i>ALMACEN</i>	240.000		\$240.00
	<i>DESCARGA</i>	90.000		\$90.00
	<i>RECARGOS</i>	60.000		\$60.00
	<i>WSTO BUENO</i>	150.000		\$150.00
	<i>FLETE INTERNO</i>	90.000		\$90.00
	<b>Total de costos importacion</b>			\$32,764.70
	<b>GASTOS DE IMPORTACION POR UNIDAD</b>	<b>\$5.65</b>		
	<i>CIF (FOB+FLETE+SEGURO)</i>			\$26,020.00

Punto de Equilibrio

<b><u>Punto de equilibrio</u></b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos + gastos fijos	\$37,037.14	\$47,151.86	\$49,772.59	\$52,755.79	\$56,235.30
Margen contribución	\$5.03	\$5.03	\$5.03	\$5.03	\$5.03
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>7,363</b>	<b>9,374</b>	<b>9,895</b>	<b>10,488</b>	<b>11,180</b>

Fuente: Elaboración propia

Gastos de ImportaciónTotal de unidades a importar del 1er mes: 1300 unidades

CONCEPTO	MATRIZ DE COSTOS	COSTO UNITARIO	IMPUESTOS	COSTO TOTAL
	<i>DIRECTOS</i>	<b>USD</b>		<b>USD</b>
FLETE	<i>COSTO DEL FLETE</i>			
	<b>Total</b>			<b>\$50.00</b>
SEGURO	<i>TOTAL SEGURO</i>			\$30.00
TRIBUTOS DE ADUANA	<i>AD VALOREM</i>	0.0		\$0.00
	<i>IGV</i>	938.40		\$938.40
	<i>IPM</i>	117.30		\$117.30
	<i>PERCEPCIÓN (3.5%)</i>	586.50		\$586.50
	<i>TOTAL IMPUESTOS</i>			\$1,642.20
SERVICIOS LOGISTICOS	<i>ALMACEN</i>	98.460		\$98.46
	<i>DESCARGA</i>	30.230		\$30.23
	<i>RECARGOS</i>	20.840		\$20.84
	<i>VISTO BUENO</i>	124.000		\$124.00
	<i>FLETE INTERNO</i>	30.000		\$30.00
OTROS GASTOS				\$2,627.78
	<b>Total de costos importación</b>	6.24		<b>\$10,438.51</b>

Fuente: Elaboración propia



Presupuesto de Ingresos

**Ppto de ventas**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	5,800	7,850	10,960	13,490	15,694
Precio	\$19.00	\$19.00	\$19.00	\$19.00	\$19.00
<b>TOTAL</b>	<b>110,200.00</b>	<b>149,150.00</b>	<b>208,240.00</b>	<b>256,310.00</b>	<b>298,186.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Año 1,2,3,4 y 5 = Cantidad de unidades a importar = 15,694 unidades de SPOOCH SELFIE.

Obteniendo un total de : \$298,186.00 en ventas por los 5 años mencionados

Presupuesto de Egresos

**Ppto de egresos x compras**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año5</b>
Cantidad	5,800	7,850	10,960	13,490	15,694
Costo	5.25	5.25	5.25	5.25	5.25
<b>TOTAL</b>	<b>30,455.80</b>	<b>41,220.35</b>	<b>57,550.96</b>	<b>70,835.99</b>	<b>82,409.19</b>

Fuente: Elaboración propia

**Ppto de egresos por gastos de administración**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año5</b>
Planilla	32,717.14	42,489.00	44,595.45	46,807.22	49,129.58
Luz, agua, teléfono	242.74	242.74	242.74	242.74	242.74
Alquiler	4,045.71	4,045.71	4,045.71	4,045.71	4,045.71
<b>TOTAL</b>	<b>37,005.60</b>	<b>46,777.46</b>	<b>48,883.91</b>	<b>51,095.68</b>	<b>53,418.04</b>

Fuente: Elaboración propia

**Ppto de egresos por gastos de ventas**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año5</b>
Página web	809.14	1,213.71	1,820.57	2,730.86	4,096.29
Muestras	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de importación	65,154.88	88,183.76	123,120.26	151,541.26	176,300.12
<b>TOTAL</b>	<b>65,964.02</b>	<b>89,397.47</b>	<b>124,940.83</b>	<b>154,272.12</b>	<b>180,396.40</b>

Fuente: Elaboración propia

Flujo de Caja Proyectado

**FLUJO DE CAJA ECONÓMICO - FINANCIERO AÑO 1 - 5**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año5</b>
Ingreso ventas		110,200.00	149,150.00	208,240.00	256,310.00	298,186.00
Saldo favor del exportación		21,251.37	28,226.94	36,519.08	43,418.00	49,586.49
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>0.00</b>	<b>131,451.37</b>	<b>177,376.94</b>	<b>244,759.08</b>	<b>299,728.00</b>	<b>347,772.49</b>
Inversión	10,438.51					
Compras		30,455.80	41,220.35	57,550.96	70,835.99	82,409.19
Gasto Administrativo		37,005.60	46,777.46	48,883.91	51,095.68	53,418.04
Gasto ventas		65,964.02	89,397.47	124,940.83	154,272.12	180,396.40
IR (sin deuda)		0.00	0.00	535.62	1,509.89	3,229.91
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>10,438.51</b>	<b>133,425.42</b>	<b>177,395.28</b>	<b>231,911.32</b>	<b>277,713.68</b>	<b>319,453.55</b>
<b>FLUJO ECONÓMICO</b>	<b>-10,438.51</b>	<b>-1,974.06</b>	<b>-18.34</b>	<b>12,847.77</b>	<b>22,014.32</b>	<b>28,318.93</b>
Préstamo	0.00					
Cuota		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Escudo fiscal		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>FLUJO FINANCIERO</b>	<b>-10,438.51</b>	<b>-1,974.06</b>	<b>-18.34</b>	<b>12,847.77</b>	<b>22,014.32</b>	<b>28,318.93</b>

Fuente: Elaboración propia

Estado de Ganancias y Perdidas

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1- 5					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
VENTAS	110,200.00	149,150.00	208,240.00	256,310.00	298,186.00
COSTO DE VENTAS	25,810.00	34,932.50	48,772.00	60,030.50	69,838.30
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>84,390.00</b>	<b>114,217.50</b>	<b>159,468.00</b>	<b>196,279.50</b>	<b>228,347.70</b>
GASTOS ADMINIST	36,351.43	46,123.29	48,229.74	50,441.51	52,763.87
GASTOS VENTAS	55,901.71	75,760.57	105,882.06	130,739.09	152,878.31
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>-7,863.14</b>	<b>-7,666.36</b>	<b>5,356.21</b>	<b>15,098.91</b>	<b>22,705.52</b>
INTERESES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE IR	-7,863.14	-7,666.36	5,356.21	15,098.91	22,705.52
IMPUESTO RENTA	0.00	0.00	535.62	1,509.89	3,104.56
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-7,863.14</b>	<b>-7,666.36</b>	<b>4,820.59</b>	<b>13,589.02</b>	<b>19,600.96</b>

Fuente: Elaboración propia

## Evaluación Económica

	1	2	3	4	5
Económico	-1,974.06	-18.34	12,847.77	22,014.32	28,318.93
VA	- 1,612.53	- 12.24	7,002.78	9,801.57	10,299.47
VA acumulado	- 1,612.53	- 1,624.76	5,378.02	15,179.59	25,479.06

Fuente: Elaboración propia

T		0.00%	0.00%	10.00%	10.00%	13.67%
Kd		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Beta	3.5					
COK	22.42%					
WACC		22.42%	22.42%	22.42%	22.42%	22.42%

Fuente: Elaboración propia

VAN = \$15,040.55

Pay back = 3 años y 21 meses

TIR = 50%

B/C = 2.44

## Evaluación Financiera

	1	2	3	4	5
Económico	-1,974.06	-18.34	12,847.77	22,014.32	28,318.93
VA	-	-	7,002.78	9,801.57	10,299.47
VA acumulado	1,612.53	1,624.76	5,378.02	15,179.59	25,479.06

Fuente: Elaboración propia

T		0.00%	0.00%	10.00%	10.00%	13.67%
Kd		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Beta	3.5					
COK	22.42%					
WACC		22.42%	22.42%	22.42%	22.42%	22.42%

Fuente: Elaboración propia

VAN = \$15,040.55

Pay back = 3 años y 21 meses

TIR = 50%

B/C = 2.44

## **7-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. CONCLUSIONES:**

La realización de nuestro plan de negocio, nos guio de manera que pudimos investigar de manera exhaustiva nuestro producto a importar, así como también alineándose a nuestro objetivo general de proyecto de negocio, es que desarrollar un plan de negocio que nos permite obtener ganancias, satisfacer nuestro mercado objetivo y ser sostenible en el tiempo.

El desarrollo el plan de negocios, consistió en analizar cada módulo donde pudimos entender y respalda cada información respecto a los aspectos legales, logística, marketing, comercio internacional y el plan financiero, donde al conocer y desarrollar cada aspecto en mención, nos ayudó a determinar los factores de éxito de nuestro plan de negocio, como también lograr a conocer los aspectos más relevantes para poner en marcha nuestra empresa, siendo un proyecto altamente viable.

Asimismo, nuestro proyecto de negocio fue herramienta importante para definir las fortalezas, abrir campos futuros y buscar la forma más apropiada y eficiente posible para poder posicionar e impulsar mi producto a importar mi producto llamado: SPOOCH SELFIE, bajo el respaldo y creación de mi empresa: SUPPLY VET SAC.

Finalmente, a lo largo de haber desarrollado nuestro proyecto de negocio, se pudo observar la viabilidad positiva con la que cuenta SPOOCH SELFIE, para ser importado, por lo que eso permitirá realizar una importación y comercialización exitosa.

## **7.2. RECOMENDACIONES:**

Se recomienda que la empresa SUPPLY VET SAC, siga ampliando su gama de productos accesorios a importar para así generar más posicionamiento en el mercado.

Es importante definir tiempo para re formular la organización donde se definan responsabilidades directas, y eso le permita a cada colaborador de la empresa perfeccionar más su operación diaria.

Otra recomendación es que la empresa pueda realizar investigaciones de manera que pueda seguir trabajando en las emociones de sus clientes, enfocándose en crear “Fans”, no clientes.

Cuando consigues que los clientes te sigan por la satisfacción que genera tu producto, ganas más que un cliente, ganas un FAN, “un seguidor de tu marca”.