



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

“Importación y comercialización de accesorios para mascotas en Lima Metropolitana - Distritos de Miraflores, San Isidro, La Molina, San Borja y Santiago de Surco”

Plan de Negocio para optar el Título de:

Licenciada en Administración de Negocios Internacionales;  
Bachiller Espinoza Díaz, Vanessa Mavila

Licenciada en Administración de Negocios Internacionales;  
Bachiller Izquierdo Clemente, Zoila Vanessa

Licenciada en Administración de Empresas;  
Bachiller Jayo Alejos, Marjorie Lilian

Lima – Perú

2015

Dedicamos el presente trabajo a Dios por darnos la vida tan preciada y a nuestros queridos padres y familiares, que cada día nos fortalecen con sus conocimientos y alicientes para salir airoso; a nuestros docentes y a cada uno que aportó como fuente en el proyecto expuesto.

***Los alumnos***

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	X
Introducción	XII
<b>CAPITULO 1: ESTUDIO DE MERCADO</b>	
1.1. Descripción de la Idea de Negocio	1
1.1.1. Equipo de trabajo	3
1.1.2. Necesidad Identificada en el mercado	3
1.2. Objetivos del estudio de mercado	6
1.3. Identificación del mercado objetivo	7
1.3.1. Perfil del consumidor	7
1.3.2. Metodología para la segmentación de mercado	7
1.3.3. Tamaño de la muestra, encuestas piloto y general	10
1.3.4. Proceso estadístico de los resultados e interpretación	15
1.4. Estudio de la demanda, análisis cuantitativo y cualitativo	18
1.4.1. Información histórica	21
1.4.2. Proyección de la demanda con información primaria	22
1.5. Estudio de la oferta, análisis cuantitativo y cualitativo	24
1.5.1. Identificación y análisis de la competencia	25
1.5.2. Productos sustitutos y complementarios	26
1.5.3. Análisis de los precios	27
1.5.3.1. Factores que influyen en los precios del negocio	27
1.5.3.2. Fijación del precio de Mercado	27
1.6. Balance Demanda-Oferta	29
1.6.1. Cálculo de la demanda potencial insatisfecha	29
1.6.2. Proyección de las ventas y participación de Mercado	30

## **CAPITULO 2 – PLAN DE MARKETING**

2.1. Plan de Marketing	32
2.1.1. Estrategia general de Marketing	35
2.1.2. Política de Precios	35
2.1.3. Tácticas de Venta	37
2.1.4. Política de Servicios y Garantía	38
2.1.5. Publicidad y Promoción	39
2.1.6. Diseño de la cadena de comercialización, fundamentos técnicos	43

## **CAPITULO 3 – PLAN EXPORTADOR / IMPORTADOR**

3.1. Plan Exportador	47
3.1.1. Análisis del Precio de Importación	52
3.1.2. Proceso de Importación	59
3.1.3. Costos y Gastos de Importación	60
3.1.4. Selección del Precio de Importación	63
3.1.5. Modalidad de pago	64
3.1.6. Distribución Física Internacional	65
3.1.7. Características de la Carga	67

## **CAPITULO 4 – ORGANIZACION**

4.1. Organización	70
4.1.1. Personería jurídica de la sociedad	70
4.2. Análisis de la estructura del capital social	71
4.3. Diseño de la organización	72
4.3.1. Organigrama	72
4.4. Requerimiento de recurso humano	73
4.4.1. Estructura salarial	74

## **CAPITULO 5 – PRESUPUESTOS, INVERSION Y FINANCIAMIENTO**

5. Presupuestos – Inversión - Financiamiento	80
5.1. Presupuestación	81

5.1.1. Presupuesto Operativo	81
5.1.2. Presupuesto Financiero	82
5.1.3. Presupuesto Maestro	88
5.2. Estructura de la Inversión	90
5.2.1. Inversión Tangible	91
5.2.2. Inversión Intangible	94
5.2.3. Capital de Trabajo	96
5.3. Financiamiento de la Inversión	99
5.3.1. Evaluación de las fuentes de financiamiento	99
5.3.2. Estructura del financiamiento	100
5.3.3. Cuadro de servicio de la deuda	101
5.3.4. Preparación de los EE.FF (bajo normatividad NIIF)	102
 <b>CAPITULO 6 – EVALUACION FINANCIERA y SENSIBILIZACION</b>	
6.1. Evaluación financiera del negocio	108
6.2. Herramientas de evaluación	113
6.2.1. Valor actual neto y Tasa de retorno	113
6.2.2. Ratio beneficio-costo y Payback	114
6.3. Identificación de las variables para sensibilizar	114
6.3.1. Definición de los escenarios	115
6.3.2. Análisis cualitativo de los resultados	118
Conclusiones	120
Recomendaciones	121
Fuentes de información	122
Anexos	123

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1:	Flujo Grama de Gantt	6
Tabla N° 2:	Veterinarias y Petshops	11
Tabla N° 3:	Resultado pregunta 10	15
Tabla N° 4:	Resultados pregunta 2	15
Tabla N° 5:	Resultados pregunta 3	16
Tabla N° 6:	Resultados pregunta 11	17
Tabla N° 7:	Resultados pregunta 8	17
Tabla N° 8:	Variables demográficas	20
Tabla N° 9:	Determinación Venta mensual	23
Tabla N° 10:	Cobertura Por Capacidad Instalada	24
Tabla N° 11:	Fijación de Precios	28
Tabla N° 12:	Proyección de la demanda mensual	29
Tabla N° 13:	Proyección de la demanda anual	29
Tabla N° 14:	Proyección Mensual	30
Tabla N° 15:	Proyección Mensual	30
Tabla N° 16:	Proyección Anual	30
Tabla N° 17:	Precio de Venta por Productos	36
Tablas N° 18:	Presupuesto de marketing	46
Tablas N° 19:	Importación definitiva	60
Tablas N° 20, 21, 22, 23, 24,25:	Costos y Gastos de Importación	60
Tablas N° 26:	Cotización de la empresa	64
Tablas N° 27:	Accionistas de la empresa	70
Tablas N° 28, 29 y 30:	Planilla de Remuneraciones y Descuentos	76
Tabla N° 31:	Balance General Al Inicio De Operaciones	80
Tabla N° 32 y 33:	Compra De Mercaderías Inversión Inicial	81
Tabla N° 34:	Flujo de amortización de la Deuda	82
Tabla N° 35:	Consumo mensual por empresa	83
Tabla N° 36:	Venta mensual proyectada	83

---

Tabla N° 37:	Demanda VS Oferta	84
Tabla N° 38:	Proyección de Ingresos, costos y beneficios	85
Tabla N° 39:	Proyección Anual	87
Tabla N° 40:	Modulo del IGV	88
Tablas N° 41, 42, 43, 44 y 45:	Requerimientos de Inversión	89
Tabla N° 46:	Resumen de la Inversión	90
Tabla N° 47:	Inversión Fija	92
Tabla N° 48:	Cuadro de Depreciación	93
Tabla N° 49:	Requerimientos De Inversión En Intangibles	94
Tabla N° 50:	Amortización de Intangibles	95
Tabla N° 51:	Inversión de Capital de Trabajo	96
Tabla N° 52:	Desembolsos Diversos	97
Tabla N° 53:	Gastos Adicionales	98
Tabla N° 54:	Clasificación de Costos	98
Tabla N° 55 y 56:	Financiamiento de inversión	99
Tabla N° 57, 58, 59:	Estructura del Financiamiento	100
Tabla N° 60:	Estructura De Inversión De Socios	101
Tabla N° 61:	Cronograma de Pagos	101
Tabla N° 62:	Cuadro de Amortización del Préstamo	102
Tabla N° 63:	Costos de Producción por Productos	102
Tabla N° 64:	Estado de ganancias y pérdidas	103
Tabla N° 65:	Proyección de las cuentas por cobrar	104
Tabla N° 66:	Flujo de caja del plan de inversión	104
Tabla N° 67:	Balance General proyectado	106
Tabla N° 68:	Cálculo de Costo de Oportunidad	108
Tabla N° 69:	Calculo del WACC	109
Tabla N° 70:	Ratios Financieros	110
Tabla N° 71:	Punto de Equilibrio primer mes	112
Tabla N° 72:	Punto de Equilibrio primer año	112
Tabla N° 73:	VAN y TIR	114
Tabla N° 74:	Flujo de Recuperación de Capital	114

Tabla N° 75:	B/C - PAY BACK	114
Tabla N° 76:	Escenario 1	115
Tabla N° 77:	Escenario 2	117
Tabla N° 78:	Análisis de Escenarios de Sensibilidad	119
Tabla N° 79:	Perfil de Riesgo	119



## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Cuadro de participación de países de las que importamos el producto	8
Gráfico N° 2:	Distribución de niveles por zona APEIM	19
Gráfico N° 3:	Cronograma de ferias de mascotas 2015	21
Gráfico N° 4 y 5:	Cálculo de Consumo promedio	22
Gráfico N° 6:	Mapa de los distritos que se distribuirá en Lima	25
Gráfico N° 7:	Página Web	37
Gráfico N° 8:	Slogan	39
Gráfico N° 9:	Redes Sociales	41
Gráfico N° 10:	Productos Merchandising	42
Gráfico N° 11:	Proceso de Ventas	44
Gráfico N° 12:	Flujograma de Procesos	45
Gráfico N° 13:	Caja de importación	69
Gráfico N° 14:	Tasas Bancarias para microempresas	100

## Resumen Ejecutivo

“**IMPORTACIONES VMV SAC**” es un plan de inversión que creará una empresa dedicada a la importación, venta y distribución de accesorios para mascotas en los distritos de San Borja, La Molina, Miraflores, Surco y San Isidro.

Lo que se busca con esta idea de negocio es precisamente, que a través de los clientes (veterinarios y petshop) a los que ofrezcamos nuestros productos, llegue la ayuda que necesita el dueño de la mascota para que este le brinde las mejores comodidades en accesorios, muchos de los dueños desean ver reflejada su personalidad en su querida mascota, siendo también un símbolo de estatus social, sí, el dueño desea un accesorio innovador para su mascota y “**IMPORTACIONES VMV SAC**” lo tiene.

El plan de negocio elaborado tiene como finalidad dar a conocer todo el proceso de importación de accesorios para mascotas desde china para el mercado peruano, la finalidad del plan de negocio es demostrar su viabilidad, poder probar que existe una futura demanda.

El nombre legal de la empresa la cual se encontrará registrada en SUNARP y registros públicos será “**IMPORTACIONES VMV SAC**” y el nombre comercial el cuál actuara bajo efectos de marketing será “**VMV PETS**”, siendo este último el que dará a conocer a la empresa.

Se ha elaborado un estudio de mercado, analizando las distintas variables se optó por comercializar los accesorios en Perú-Lima, en el distrito de Surco, desde el cual se atenderá toda la zona de nivel socioeconómico de Lima (Zona 7 – Apeim). El público objetivo del producto a comercializar es las Veterinarias y Petshop ubicados en esta zona. Se procedió a elaborar una encuesta en el mercado objetivo para conocer a los consumidores y como resultado se mostró que existe una demanda insatisfecha, que los consumidores están dispuestos a probar una nueva empresa importadora de accesorios para mascotas, que el producto se comercializara durante todo el año. Posteriormente también se procedió a realizar una entrevista a expertos del giro de negocio, recolectando información y experiencias de cada uno de ellos.

Para poder escoger el mejor proveedor se elaboró un cuadro comparativo, evaluando precios, modo de pago, tiempo de entrega, llegando a elegir a Shanghai PengJi Pet Products., LTD, ya que nos muestra un precio competitivo, la calidad y el plazo de entrega que brinda son mucho más favorables, además de su experiencia en el rubro, su reconocimiento y su cumplimiento con estándares, contando con certificación. De igual forma se evaluó a los posibles operadores logísticos con el que se trabajara, la alta competitividad entre los agentes aduaneros.

El estudio de inversión detalla de manera desmenuzada todos y cada uno de los costos en que se incurrirá para poder llevar a cabo este plan de inversión, así como la inversión inicial de parte de los accionistas. Para la puesta en marcha de este plan de inversión se necesitará la inversión de S/.46,906.96 el aporte de los socios será de un 79.68% dividido en partes iguales entre los tres socios del plan de inversión, por lo que le corresponde a cada uno la cantidad de S/.12,302.32 Nuevos Soles. El 21.32% adicional de la inversión (S/.10,000.00 Nuevos Soles) será financiado a través de una institución financiera bancaria, que es el que nos ofrece mejores opciones y tasas de financiamiento.

Las proyecciones nos arrojan un resultado positivo y por consiguiente nos da una ganancia adicional sobre el financiamientos que ascendente a S/. 40,977 en base a la mejor alternativa que se dejó de invertir. De acuerdo al análisis de sensibilidad nuestro VAN es positivo lo que hace viable al proyecto. En cuanto a la TIR, para este plan de inversión, de acuerdo con los análisis se encontró que tiene un valor del 41,33%; igualmente, lo que indica que El plan de negocios altamente atractivo siendo esta mayor que la TIR esperada de acuerdo al análisis de sensibilidad, generando ingresos por encima del COK calculado, que para este caso fue del 13.60%.

Pero tampoco hay que desconocer que, a mayor rentabilidad corresponde mayor riesgo, y este plan de inversión no es ajeno a esta afirmación, puesto que, a pesar de ser tan atractivos estos números, se tiene también una gran variabilidad en el retorno de la inversión, lo cual puede generar dificultades operativas y de mercado.