



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

**IMPORTACIÓN DE SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS PARA
PERSONAS, CIUDAD IQUITOS, 2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA: OLGA ELENO MACEDO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE
MERCADOS Y TERRITORIOS**

LORETO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico este plan de negocios a mis padres, por su apoyo inagotable, a mi familia y a mis hijos, porque gracias a ellos y a su esfuerzo hoy culmino una etapa importante en mi vida.

Olga Eleno Macedo

AGRADECIMIENTO

Te agradezco Dios por darme salud y acompañarme en cada paso de mi vida y las fuerzas para culminar este plan de negocios, pese a los obstáculos.

Olga Eleno Macedo

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 388-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 23 de junio de 2023, se autorizó la sustentación para el día viernes 30 de junio de 2023.

Siendo las 11.00 horas del día 30 de junio se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO IMPORTACIÓN DE SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS PARA PERSONAS, CIUDAD IQUITOS, 2023.

Presentado por:


ELENO MACEDO OLGA
Para optar el título profesional de Contador Público

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 12.16 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mag.
Presidente del Jurado


CPC. José Rubén Ruiz Del Águila, Mag.
Miembro del Jurado


CPC. Jorge Gonzales Bardales, Mag.
Miembro del Jurado

“Año de la Unidad, la paz y el desarrollo”

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

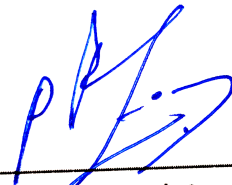
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

“PLAN DE NEGOCIO IMPORTACIÓN DE SUPLEMENTOS VITAMINICOS PARA PERSONAS, CIUDAD IQUITOS, 2023”

De la alumna: **OLGA ELENO MACEDO**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **8% de similitud**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 25 de Mayo del 2023.









Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética – UCP

CIRA/ri-a
184-2023

Document Information

Analyzed document	UCP__ Contabilidad_2023_TSP_OlgaEleno_V1.pdf (D168425438)
Submitted	5/25/2023 6:54:00 PM
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	8%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	<p>Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Renzo Aspajo y Annie Fachin_Administración_V1.pdf</p> <p>Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Renzo Aspajo y Annie Fachin_Administración_V1.pdf (D114235253) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_NEGOCIOS_2022_TSP_NELLYOCHOA_CHANDIANAPUCHI_V1.pdf</p> <p>Document UCP_NEGOCIOS_2022_TSP_NELLYOCHOA_CHANDIANAPUCHI_V1.pdf (D139439987) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_NEGOCIOS_2022_TSP_FRANSIABALBIN_LADYZELADA_V1.pdf</p> <p>Document UCP_NEGOCIOS_2022_TSP_FRANSIABALBIN_LADYZELADA_V1.pdf (D151829007) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP-CONTABILIDAD-2021-PLANDENEGOCIO-ARAUJOPAULO-SALINASSAMUEL-V1.pdf</p> <p>Document UCP-CONTABILIDAD-2021-PLANDENEGOCIO-ARAUJOPAULO-SALINASSAMUEL-V1.pdf (D108655502) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
W	<p>URL: https://www.unicef.org/media/96096/file/Overweight-Guidance-2020-ES.pdf Fetched: 5/25/2023 6:55:00 PM</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS_2021_TSP_JulioDavila_FlorIglesias_V1.pdf</p> <p>Document UCP_ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS_2021_TSP_JulioDavila_FlorIglesias_V1.pdf (D135575682) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	05
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 La oferta competitiva.....	11
2.4 Programa de marketing.....	14
2.4.1 El producto.....	14
2.4.2 El precio.....	15
2.4.3 La promoción.....	15
2.4.4 La cadena de distribución.....	15
III. PLAN DE OPERACIONES.....	16
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	16
3.2 El proceso de operaciones comerciales.....	16
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	17
4.1 La organización.....	17
4.2 Puestos y funciones	17
4.3 Condiciones laborales.....	19
4.4 Régimen tributario.....	19
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	20
5.1 Estudio económico.....	20
5.2 Estudio financiero.....	24
CONCLUSIONNES.....	26
BIBLIOGRAFÍA.....	27

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Logo de la empresa 2023.....	3
Figura 2. Marcas de suplementos vitamínicos en el mercado 2023	14
Figura 3. Flujograma de ventas a clientes finales.....	16
Figura 4. Estructura organizacional buena salud importadora SRL 2023.....	17

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Clasificación industrial internacional uniforme (CIUU).....	3
Tabla 2. Importancia de vitaminas y derivados en el mundo, Periodo 2019-2022.	7
Tabla 3. Importancia de vitaminas y derivados, principales países Mundo, periodo 2019-2022.....	8
Tabla 4. Importancia de vitaminas y derivados en Perú, periodo 2019-2022.....	8
Tabla 5. Importancia de vitaminas y derivados en Perú por países periodo 2019-2022.....	9
Tabla 6. Cálculo del tamaño poblacional de la demanda, ciudad de Iquitos, al año 2023.....	10
Tabla 7. Cálculo del tamaño de la demanda de vitaminas y derivados Ciudad de Iquitos, al año 2023.....	10
Tabla 8. Exportación de vitaminas, principales países del mundo, Periodo 2019-2022.....	11
Tabla 9. Partida arancelarias, Perú 2023.....	12
Tabla 10. Medidas impositivas para las mercancías establecidas para Su ingreso al país, Perú 2023.....	13
Tabla 11. Características del producto.....	14
Tabla 12. Precio de venta.....	15
Tabla 13. Salarios del personal, 2021.....	19
Tabla 14. Comportamiento de mercado: tendencias y participación..	20
Tabla 15. Venta de los productos.....	20
Tabla 16. Control de las compras.....	21
Tabla 17. Costo de la mercadería vendida.....	21
Tabla 18. Gastos administrativos.....	22
Tabla 19. Gastos comerciales.....	22
Tabla 20. Gastos preoperativos.....	23
Tabla 21. Inversiones en activos fijo.....	23
Tabla 22. Cálculo de las depreciaciones y amortizaciones de Intangibles.....	23
Tabla 23. Plan de pago de endeudamiento financiero.....	24
Tabla 24. Flujo de caja.....	25
Tabla 25. Indicadores de rentabilidad.....	25

RESUMEN

Plan de negocio importación de suplementos vitamínicos para personas,
ciudad Iquitos, 2023

Olga Eleno Macedo

La presente investigación de negocios estudia la potencialidad que tiene el mercado de la ciudad de Iquitos para el ingreso de un producto competitivo para la salud de las personas con obesidad.

El estudio de mercado señala una importante demanda de los clientes que radican en esta ciudad, quienes tienen problemas de obesidad en los diversos segmentos poblacionales.

El estudio técnico indica la presencia de otras marcas en el mercado local, los medios logísticos de transporte para realizar la importación desde los mercados externos.

El estudio organizacional presenta la creación de una empresa de atención virtual, con reducida estructura para tender los pedidos de los clientes y la entrega en el domicilio.

El estudio económico y financiero presenta margen bruto comercial que contribuye para cubrir los costos, obtener rentabilidad y liquidez para cumplir con todos los compromisos de la empresa.

Palabras claves: comercio por redes, suplemento vitamínico, ciudad de Iquitos.

ABSTRACT

Business plan importation of medicines for people, Iquitos city, 2023

Olga Eleno Macedo

This business research studies the potential of the market of the city of Iquitos for the entry of a competitive product for the health of people with obesity.

The market study indicates an important demand from customers who live in this city, who have obesity problems in the various population segments.

The technical study indicates the presence of other brands in the local market, the logistic means of transport to import from foreign markets.

The organizational study presents the creation of a virtual care company, with a reduced structure to tender customer orders and delivery at home.

The economic and financial study presents commercial gross margin that contributes to cover costs, obtain profitability and liquidity to meet all the commitments of the company.

Keywords: network trade, vitamin supplement, city of Iquitos.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Importadora *Buena Salud Importadora S.R.L.*

Localización: ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú.

Sector de actividad: comercial.

Figura 1
Logo de la empresa, 2023



Fuente: elaboración propia.

1.2 Actividad empresarial

Tabla 1
Clasificación Industrial Internacional Uniforme – (CIUU).

G	Comercio al por mayor y menor		
	46	Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	
		469	Venta al por mayor de maquinaria, equipo y materiales
			4690 Venta al por mayor no especializada

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INEI.

1.3 Idea de negocio

El negocio trabaja en la satisfacción de la necesidad de contar con productos que complementen la dieta y restituyan la salud. Estos se expresan en la calidad de cuidar cantidad de calorías que se consume y mantener las funciones metabólicas y de crecimiento, cuando la persona ha iniciado una dieta variada y equilibrada, o cuando en determinados estados carenciales, ha decidido utilizar suplementos vitamínicos.

Nuestros clientes serán las personas que presentan algún sobrepeso, y este problema está afectando su salud física y emocional, y que se encuentra en un rango de edad entre 30 y 50 años, y que tengan la capacidad de gastar significativamente recursos económicos.

El negocio se ha diseñado para ofrecer productos importados, y de diversas marcas. Se ofrece a través de las redes, donde se tomarán los pedidos, y estos se entregarán en el domicilio del cliente y en dicho momento ocurre el pago. Se ofrecerán descuentos por volumen de compra, para los distritos rurales de la región. Los medios de pagos podrán ser por transferencia bancaria, o por aplicativos (yaple o plin), para evitar el uso de dinero en efectivo, dada la alta inseguridad que vive la ciudad.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes.

Las poblaciones sienten un gran problema de salud: la obesidad.

Antonio Castillo Carrera (2022), decano del Colegio de Nutricionista del Perú, manifiesta que “la obesidad en el Perú es un problema que afecta a más del 24% de la población mayor de 15 años. Es decir, que, de cada cuatro personas, una padece obesidad. Esta enfermedad aumenta el riesgo de sufrir diabetes, colesterol alto, hipertensión, entre otras cosas”.

Agrega que “se está observando dicha situación en edades tempranas; por ejemplo, en preescolar, escolar y en adolescentes cuya condición va aumentando progresivamente hasta llegar a la adultez”.

Señala que “el 85% de las personas que fallecieron (por coronavirus) tenían problemas de obesidad y por problemas asociados a esta condición se agravaron los síntomas de la COVID-19”.

La UNICEF (2019) explica las causas de este problema: “El sobrepeso, incluida su forma severa (obesidad) en la niñez y la adolescencia es el resultado de la interacción entre: 1) factores particulares que regulan los procesos fisiológicos, las preferencias alimentarias y los patrones de actividad física a lo largo de la vida; y 2) un entorno obesogénico que promueve el consumo elevado de energía y un comportamiento sedentario. El sobrepeso afecta el bienestar inmediato físico y emocional de los niños, niñas y adolescentes. También aumenta el riesgo de sobrepeso más adelante en la vida, una condición asociada con las enfermedades no transmisibles (ENT) y una considerable desventaja económica y de salud para los individuos, las familias y la sociedad”.

A nivel global, la Organización Mundial de Salud (2004) ha definido la Estrategia Mundial de Alimentación, Actividad Física y Salud de la OMS contra la Obesidad aprobada con Resolución WHA57.17 en el año 2004, especifica que los gobiernos deben invertir en la vigilancia, la investigación y la evaluación.

El Ministerio de Educación promueve diversas políticas para lograr una educación nutricional (art. 5, Ley 30021, año 2013, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes), y entre las tareas están:

- a. La enseñanza de la alimentación saludable, incorpora en el diseño curricular nacional de la educación básica regular y de la educación no escolarizada, programas de promoción de hábitos alimentarios que contribuyan a mejorar los niveles de nutrición.
- b. El Ministerio de Salud, en coordinación con el Ministerio de Educación, realiza campañas y charlas informativas para promover la alimentación saludable y mejorar los hábitos alimentarios de la población, dirigidas especialmente a los alumnos y padres de familia.
- c. El Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud difunden y promocionan a nivel nacional, en los medios de comunicación masiva, las ventajas de la alimentación saludable y el consumo de alimentos naturales con alto contenido nutricional.

Diversas acciones y productos para el tratamiento de la obesidad se han definido, como las vitaminas.

Oiseth *et. al.* (2022) señalan que “las vitaminas liposolubles se absorben y almacenan en el tejido adiposo (grasa) y en el hígado. Estas vitaminas pueden liberarse del almacenamiento y usarse cuando sea necesario. Las 4 vitaminas liposolubles importantes son A, D, E y K. Cada vitamina tiene su propia función y las deficiencias pueden provocar manifestaciones clínicas significativas. El diagnóstico de las deficiencias

se realiza mediante la presentación clínica y las pruebas de laboratorio, y el tratamiento de la deficiencia vitamínica se realiza con suplementos”.

Estas necesidades requieren de una oferta que los entienda y proponga modelos de negocio.

2.2 Demanda actual y tendencias.

El negocio de los productos vitamínicos en el mundo presenta una tendencia creciente especialmente en el año 2020, donde la crisis de salud impulso el consumo de vitaminas, como un mecanismo de protección, también presenta caídas en algunos años, caso del año 2022 en la cual fue -1.5%.

Tabla 2

Importación de vitaminas y derivados en el mundo, periodo 2019 – 2022

Producto: 2936 Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis, incluidos los concentrados naturales, los derivados

	2019	2020	2021	2022
Total (millones de US dólares)	8,017.9	9,085.1	9,473.2	9,328.4
Variación anual		13.3%	4.3%	-1.5%

Fuente: Trade Map

Los países compradores (importadores) de mayor consumo de este producto son los países desarrollados, quienes tienen mayor capacidad de compra y alto grado de obesidad como se observa en la tabla siguiente. En este mercado hay países que tienen tendencia creciente en su compra y por ende el consumo, caso USA que pasa del 14.9% del 2019 al 16.7% en el año 2022. También Alemania y países bajos, con crecimiento en su participación de mercado mundial.

Tabla 3**Importación de vitaminas y derivados, principales países del mundo, periodo 2019 – 2022**

Partida: 2936 Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis, incluidos los concentrados naturales, los derivados

	2019	2020	2021	2022
USA	14.9%	16.4%	16.9%	16.7%
Alemania	6.8%	7.2%	7.5%	8.0%
Países Bajos	3.7%	4.2%	4.2%	5.6%
Francia	4.1%	4.3%	3.9%	3.7%
Bélgica	3.4%	3.8%	3.6%	3.7%
Brasil	2.8%	2.6%	3.0%	3.2%
Canadá	3.2%	3.0%	3.1%	3.1%
Singapur	3.5%	3.0%	2.7%	3.0%
España	2.8%	2.6%	2.8%	3.0%
Otros	54.8%	52.9%	52.3%	50.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Millones de US dólares	8,017.9	9,085.1	9,473.2	9,328.4

Fuente: Trade Map

Similar a lo que ocurre en el mundo, Perú presenta la misma tendencia de ser un mercado creciente, paso de 37.3 U\$ dólares en el año 2019 al 40.6 U\$ dólares en el año 2022. En el año 2020 se redujo significativamente -18.8%, explicado por la decisión de los consumidores de desviar su consumo a otros productos.

Tabla 4**Importación de vitaminas y derivados en Perú, periodo 2019 – 2022**

Producto: 2936 Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis, incluidos los concentrados naturales, los derivados

	2019	2020	2021	2022
Total (millones de US dólares)	37.3	30.3	35.6	40.6
Variación anual		-18.8%	17.5%	14.2%

Fuente: Trade Map

Perú se ha convertido en un país importador creciente de este producto y tiene un mercado diversificado, importa de muchos países, siendo los principales China y Suiza, quienes juntos representan un monto superior del 50%.

Dos mercados importantes de donde se importan. Son Alemania y USA y ambos presentan tendencia creciente.

Tabla 5

Importación de vitaminas y derivados en Perú, por países, periodo 2019 – 202

Producto: 2936 Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis, incluidos los concentrados naturales, los derivados

	2019	2020	2021	2022
China	34.6%	36.0%	42.0%	37.1%
Suiza	21.6%	21.9%	17.0%	16.5%
Alemania	7.0%	9.7%	7.0%	10.1%
USA	6.7%	4.9%	7.8%	9.9%
Reino Unido	5.8%	7.0%	2.7%	5.3%
Francia	10.9%	7.9%	5.3%	5.2%
España	1.2%	1.7%	2.5%	3.3%
Argentina	2.2%	1.7%	2.8%	2.9%
Colombia	3.9%	3.5%	1.6%	2.9%
Otros	6.2%	5.6%	11.2%	6.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Millones de US dólares	37.3	30.3	35.6	40.6

Fuente: Trade Map

A continuación, se realiza el cálculo del tamaño de la población donde se realizarán las actividades comerciales, la ciudad de Iquitos, y aquellos que viven en la zona urbana.

Se inicia con información del 2007, año del último censo nacional publicado por INEI. Se toman datos que resultan pertinentes para construir la información del negocio

Toda esta información se proyecta al año 2021, en que debe iniciarse el presente proyecto de negocio. Sobre esta información se construye el plan de negocio.

Tabla 6
Cálculo del tamaño poblacional de la demanda, ciudad de Iquitos, al año 2023

Poblacional total distritos ciudad de Iquitos al 2007 (censada)	430,268
Tasa crecimiento (promedio anual)	1.32%
Población total distritos ciudad de Iquitos al 2023 (proyectada)	530,716
Población que viven en la zona urbana de la ciudad de Iquitos (porcentaje)	94.5%
Población que viven en la zona urbana de la ciudad de Iquitos (personas)	501,526

Fuente: INEI.

Tabla 7
Cálculo del tamaño de la demanda de vitaminas y derivados, ciudad de Iquitos, al año 2023

	Participación	Cantidad
Nivel socioeconómico A y B	5.0%	25,076
Nivel socioeconómico C	30.0%	150,458
Nivel socioeconómico D	0.0%	-
Mercado objetivo (familias)		175,534
Presencia de obesidad y algunas enfermedades		10%
Personas con tenencia de obesidad		17,553
Decisión de realizar la compra de vitaminas		20%
Demanda de compra de vitaminas		3,511
Veces que compra al año		4
Tamaño de la demanda (unidades)		14,043

Elaboración: La autora.

2.3 La oferta competitiva.

El mercado mundial de las vitaminas presenta tendencia creciente y con diferencia y con diferentes intensidades.

Se observa un liderazgo significativo de un país China, quien tiene el 40% de la participación mundial, y un ligero retroceso al año 2022, el 37.7%.

Países bajos está teniendo una tendencia creciente y significativa del 3.2% en el año 2019, pasó al 12.6% en el año 2022.

Tabla 8

Exportación de vitaminas, principales países del mundo, periodo 2019– 2022

Partida: 2936 Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis, incluidos los concentrados naturales, los derivados

	2019	2020	2021	2022
China	40.5%	41.6%	43.2%	37.7%
USA	12.3%	11.5%	11.9%	12.7%
Países Bajos	3.2%	4.5%	5.0%	12.6%
Australia	8.0%	5.1%	4.2%	5.2%
Alemania	6.3%	6.3%	5.1%	4.4%
Francia	4.3%	4.2%	5.4%	4.4%
Suiza	0.0%	3.4%	3.5%	3.0%
Bélgica	2.7%	2.6%	1.8%	2.8%
Singapur	4.3%	3.2%	2.5%	2.7%
Otros	18.4%	17.7%	17.3%	14.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Millones de US dólares	6,705.9	7,801.1	8,564.3	8,920.7

Fuente: Trade Map

Tabla 9

Partidas arancelarias, Perú, 2023

29.36 Provitaminas y vitaminas, naturales o reproducidas por síntesis (incluidos los concentrados naturales) y sus derivados utilizados principalmente como vitaminas, mezclados o no entre sí o en disoluciones de cualquier clase.

- Vitaminas y sus derivados, sin mezclar:

2936.21.00.00 - - Vitaminas A y sus derivados

2936.22.00.00 - - Vitamina B1 y sus derivados

2936.23.00.00 - - Vitamina B2 y sus derivados

2936.24.00.00 - - Acido D- o DL-pantoténico (vitamina B3 o vitamina B5) y sus derivados

2936.25.00.00 - - Vitamina B6 y sus derivados

2936.26.00.00 - - Vitamina B12 y sus derivados

2936.27.00.00 - - Vitamina C y sus derivados

2936.28.00.00 - - Vitamina E y sus derivados

2936.29 - - Las demás vitaminas y sus derivados:

2936.29.10.00 - - - Vitamina B9 y sus derivados

2936.29.20.00 - - - Vitamina K y sus derivados

2936.29.30.00 - - - Vitamina PP y sus derivados

2936.29.90.00 - - - Las demás vitaminas y sus derivados

2936.90.00.00 - Los demás, incluidos los concentrados naturales

Tabla 10

**Medidas impositivas para las mercancías establecidas para su ingreso al país,
Perú, 2023**

Subpartida nacional: 2936.21.00.000 – Vitaminas A y sus derivados

Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%

Fuente: SUNAT, 2021

2.4. Programa de marketing

2.4.1 El producto

El producto a ofrecer a s negocios minoristas son unidades de frascos de vitaminas. Se trabajará con la marca siguiente:

Figura 2

Marcas de suplementos vitamínicos en el mercado, 2023



Fuente: <https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-608032694>

Tabla 11

Características del producto

Marca	Carlyle
Suplemento principal	White Kidney Bean
Nombre del suplemento	WHITE KDNEY BEAN
Formato del suplemento	Cápsulas
Tipo de envase	Frasco
Formato de venta	Unidad
Unidades por envase	200
Unidades por pack	1
Peso neto	360 g

2.4.2 El precio

Tabla 12
Precio de venta

Modelo	Nombre	Precio (soles)
Frasco de 200 unidades	WHITE KDNEY BEAN	200

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción

En la etapa inicial de las operaciones comerciales se utilizarán descuentos a los minoristas de zonas urbanas y rurales, y son los siguientes:

a) Descuentos:

5% en la compra del segundo frasco.

b) Publicidad:

La publicidad directa será con los clientes, a través de las redes virtuales.

2.4.4 La cadena de distribución

Los pedidos se entregarán en el domicilio del cliente, a través de una movilidad propia.

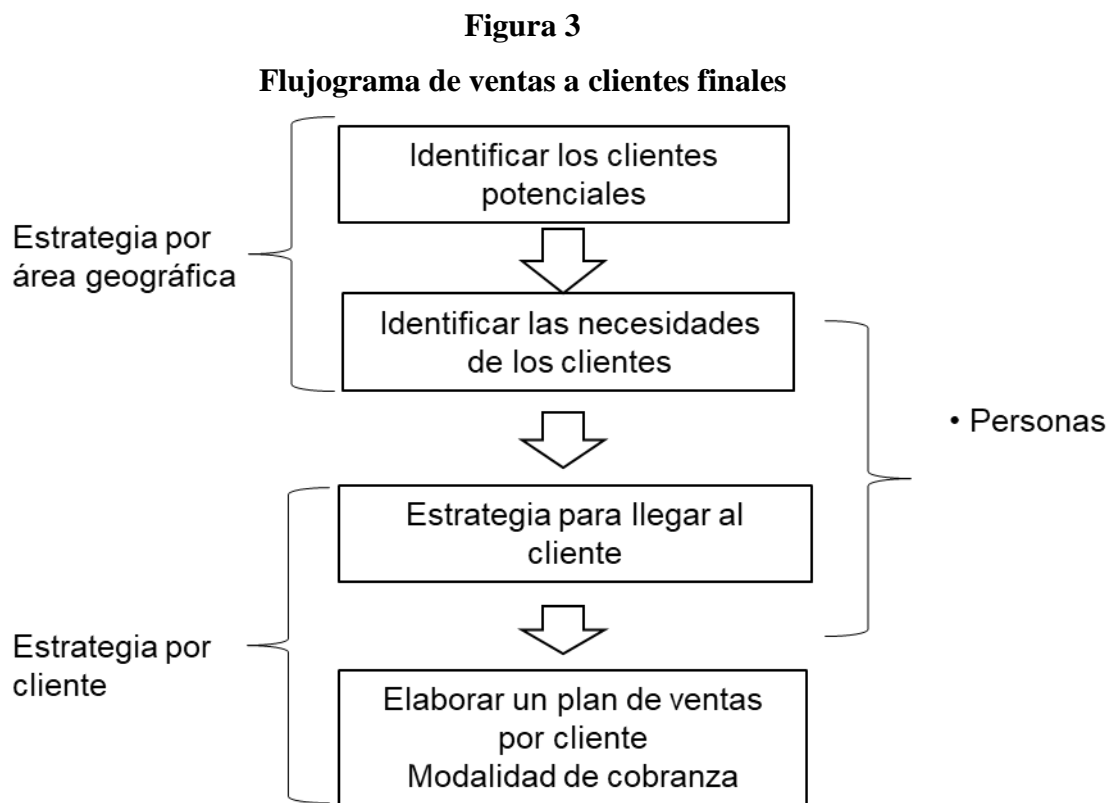
III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Las fuentes de abastecimiento tienen dos etapas: el mercado de importación, con un solo producto, y a futuro adicionar con nuevos productos de la categoría de multivitamínicos. Luego identificar el mercado de donde se importara.

La importación de productos generará experiencia para ingresar a productos relacionados, ampliando la cartera de oferta de productos.

3.2 El proceso de operaciones comerciales.

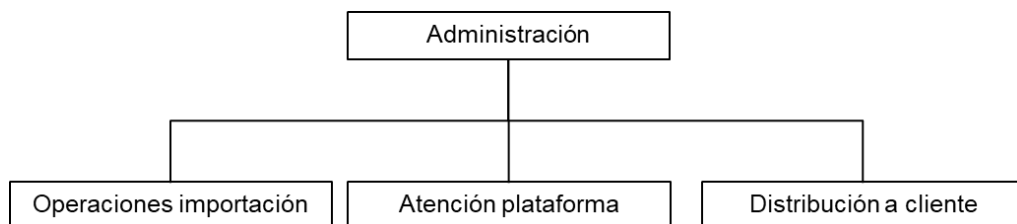


IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización

Figura 4

Estructura Organizacional Buena Salud Importadora S.R.L., 2023



Fuente: elaboración propia.

4.2 Puestos y funciones

a) **Puesto:** Administración

Funciones:

- a. Elaborar los planes de ventas anuales, trimestrales y mensuales en cada una de las zonas de la ciudad.
- b. Elaborar los planes de compras del año y por trimestre.
- c. Realizar las compras el mercado internacional, utilizando los mecanismos de pago bancarios de comercio exterior
- d. Diseñar las estrategias comerciales con los minoristas de la ciudad.
- e. Asignar las tareas y responsabilidades a las diversas áreas de la empresa.
- f. Realizar las contrataciones de personal.
- g. Conocer las estrategias de la competencia.
- h. Establecer relaciones con las instituciones financieras y las líneas de crédito.
- i. Controlar las actividades de cobranza.

- j. Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

b) Puesto: Almacenero.

Funciones:

- a. Registrar las compras de productos importados.
- b. Coordinar con los medios de transporte transporte-fluvial (Callao – Pucallpa – Iquitos) el embarque y recepción de la mercadería.
- c. Controlar las condiciones de mantenimiento y seguridad de los almacenes.
- d. Controlar la rotación de los inventarios (método PEPS: primera entradas, primeras salidas)
- e. Registrar la entrega de mercaderías al área de distribución.

c) Puesto: Distribuidor

Funciones:

- a. Mantener en buen estado los vehículos de distribución (motofurgones).
- b. Elaborar su ruta de distribución diaria.
- c. Recepcionar de almacén las mercaderías.
- d. Entregar a cada uno de los clientes.
- e. Observar en el punto de venta la rotación de las mercaderías vendidas anteriormente.

d) Puesto: Vendedor.

Funciones:

- a. Elaborar lista de cartera de clientes.
- b. Controlar el grado de abastecimiento de cada cliente, para promover su siguiente compra.
- c. Recepcionar el pedido de los clientes.
- d. Controlar el pago de los clientes.

4.3 Condiciones laborales

Jornada de trabajo

La jornada de trabajo será de 8 horas diarias.

Almacenero Estará compuesto por 1 responsable y 1 ayudante. Inician sus actividades a las 8.00 am., hasta las 13.00 horas, y en las tardes de 15.00 a 18.00 horas, de lunes a sábado.

Tabla 13
Salarios del personal, 2021

Personal	Remuneración mensual (soles)
Administrador	1,500
Almacenero	1,000
Personal de entrega	930

Fuente: elaboración propia

4.4 Régimen tributario

Se registrará bajo el Régimen General de Impuesto a la Renta: Régimen Especial MYPE Tributario (Tasa escalonada para el pago anual del impuesto a la Renta: hasta 15 UIT = 10%, EXCESO 29.5%).

Es un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados tributariamente, siendo la fuente generadora de la renta: Capital y trabajo.

Por encontrarse ubicada en la amazonia se encuentra exonerada de pago del Impuesto General a las Ventas (IGV).

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

Tabla 14

Comportamiento de mercado: tendencias y participación.

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual anual (unidad frascos)	14,043		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (unidad frascos)	14,043	14,324	14,610
Participación del mercado local	5.00%	6.00%	7.00%
Demanda del proyecto (unidad frascos)	702	859	1,023

Tabla 15

Ventas de los productos.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (unidad de frascos)	702	859	1,023
Precio de mercado (US \$)	50.00	50.00	50.00
Tipo de cambio (soles x US \$)	3.80	3.90	4.00
Precio mercado (soles))	190.00	190.00	195.70
Tendencia del precio	0%	3%	5%
Precio de venta efectiva	S/.190.00	S/.195.70	S/.205.49
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.133,406	S/.168,188	S/.210,150

Tabla 16
Costo de las compras

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (unidades)		702	859	1,023
Inventario final	5%	35	43	51
Total requerimiento (unidades)		737	902	1,074
.-Inventario inicial (unidades)		-	35	43
Compras (unidades)		737	867	1,031
Costo compra (US x unidad)		25	25	25
Costo compra (solesx unidad)		S/.95.00	S/.97.50	S/.100.00
Tendencia del costo de compra		0%	2%	3%
Costo compra efectiva		S/.95.00	S/.99.45	S/.103.00
COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA		S/.70,038	S/.86,251	S/.106,180

Tabla 17
Costo de la mercadería vendida

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (unidades frascos)	702	859	1,023
Costo compra	S/95.00	S/99.45	S/103.00
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/66,703	S/85,469	S/105,339

Tabla 18
Gastos administrativos

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,700	S/. 2,000
Personal apoyo	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,025	S/. 1,025	S/. 1,025
Remuneraciones del personal	S/. 2,525	S/. 2,725	S/. 3,025
Costo laboral	25.67%	25.67%	25.67%
Remuneración total mensual	S/. 3,173	S/. 3,424	S/. 3,801
Servicios públicos	S/. 450	S/. 473	S/. 496
Servicios contables	S/. 400	S/. 420	S/. 441
Útiles oficina	S/. 60	S/. 63	S/. 66
Otros	S/. 100	S/. 105	S/. 110
Total mensual	S/. 4,183	S/. 4,485	S/. 4,915
TOTAL ANUAL	S/.50,197	S/.53,819	S/.58,979

Tabla 19
Gastos comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 300	S/. 330	S/. 363
Alquiler local	S/. 700	S/. 770	S/. 847
Promociones	S/. 300	S/. 330	S/. 363
Otros	S/. 150	S/. 165	S/. 182
Total mensual	S/. 1,450	S/. 1,595	S/. 1,755
TOTAL ANUAL	S/. 17,400	S/. 19,140	S/. 21,054

Tabla 20.**Gastos preoperativos**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 1,600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,400.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Tabla 21**Inversiones en activo fijo**

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Vehiculos	S/. 7,000	1	S/. 7,000	5	S/. 1,400
Muebles	S/. 1,400	1	S/. 1,400	5	S/. 280
Total			S/. 14,400		S/. 2,880

Tabla 22**Cálculo de las depreciaciones y amortizaciones de intangibles**

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.14,400	-S/.2,880	-S/.2,880	-S/.2,880	S/.5,760
Amortización activo intangible	S/.2,400	-S/.480	-S/.480	-S/.480	S/.960
TOTAL	S/.16,800	-S/.3,360	-S/.3,360	-S/.3,360	S/.6,720

Tabla 23

Plan de pago de endeudamiento financiero

Deuda a
tomar

S/. 12,000

16.08% Anual		1.25%	mensual	
		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	12,000	150	250	400
2	11,750	147	250	397
3	11,500	144	250	394
4	11,250	141	250	391
5	11,000	138	250	388
6	10,750	134	250	384
7	10,500	131	250	381
8	10,250	128	250	378
9	10,000	125	250	375
10	9,750	122	250	372
11	9,500	119	250	369
12	9,250	116	250	366
		1,594	3,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	9,000	113	250	363
14	8,750	109	250	359
15	8,500	106	250	356
16	8,250	103	250	353
17	8,000	100	250	350
18	7,750	97	250	347
19	7,500	94	250	344
20	7,250	91	250	341
21	7,000	88	250	338
22	6,750	84	250	334
23	6,500	81	250	331
24	6,250	78	250	328
		1,144	3,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	6,000	75	250	325
26	5,750	72	250	322
27	5,500	69	250	319
28	5,250	66	250	316
29	5,000	63	250	313
30	4,750	59	250	309
31	4,500	56	250	306
32	4,250	53	250	303
33	4,000	50	250	300
34	3,750	47	250	297

35	3,500	44	250	294
36	3,250	41	250	291
		694	3,000	

Tabla 24
Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.133,406	S/.168,188	S/.210,150	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.16,800				S/.6,720
Capital de trabajo	-S/.13,341	-S/.6,069	-S/.2,297	-S/.1,644	S/.23,351
Compras		-S/.66,703	-S/.85,469	-S/.105,339	
Gastos administrativos		-S/.50,197	-S/.53,819	-S/.58,979	
Gastos comerciales		-S/.17,400	-S/.19,140	-S/.21,054	
Pago impuestos		S/.0	-S/.1,888	-S/.6,318	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.30,141	-S/.6,963	S/.5,574	S/.16,816	S/.30,071
Préstamo recibido	S/.12,000				-S/.3,000
Amortización		-S/.3,000	-S/.3,000	-S/.3,000	
Gastos financieros		-S/.1,594	-S/.1,144	-S/.694	
Escudo fiscal		S/.470	S/.337	S/.205	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.18,141	-S/.11,087	S/.1,768	S/.13,327	S/.27,071

Tabla 25
Indicadores de rentabilidad

VAN Económico	S/.1,142
Tasa de descuento (CAPM)	12.35%
TIR Económica	14%
Indice B/C	1.04

VAN Financiero	S/.873
Tasa de descuento (WACC)	13.83%
TIR Financiero	15%
Indice B/C	1.05

CONCLUSIONES

1. El mercado mundial del producto vitaminas presenta tendencia creciente, con comportamientos variados; algo similar ocurre con el mercado de importación de Perú, creciente y variación. Se calculó el tamaño de la demanda, basada en los segmentos a, b y c, que tengan problema de obesidad y tendrán la decisión de consumir los productos

BIBLIOGRAFÍA

Castillo Carrera, Antonio. 2022. *Obesidad en el Perú: más del 24% de la población mayores de 15 años padece esta enfermedad*. En: diario La República, 4 de marzo de 2022, columna sociedad.
En: <https://larepublica.pe/sociedad/2022/03/04/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda*. Lima, Perú.
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *IV Censo Nacional Económico por departamento*. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. C.I.U.U. Lima, Perú.

Ley 30021, año 2013. *Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes*.
Recuperado de: <https://diariooficial.elperuano.pe/Normas>

Oiseth, Stanley; Jones, Lindsay; Maza, Evelin. 2022. *Vitaminas liposolubles y sus deficiencias*. En: portal lecturio.com, 30 de mayo de 2022.
En: <https://www.lecturio.com/es/concepts/>

Organización Mundial de la Salud-OMS. 2004. *Estrategia mundial de alimentación, actividad física y salud*.
En: <https://oms.org>.

UNICEF. 2019. *Guía programática de UNICEF: Prevención del sobrepeso y la obesidad en niños, niñas y adolescentes*. Nueva York: UNICEF, 2019.
En: <https://www.unicef.org/media/96096/file/Overweight-Guidance-2020-ES.pdf>.

Trade Map. 2023 Estadísticas.

Sunat 2023 Estadísticas. Identificación de una partida arancelaria. Portal institucional.