



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

**EXPORTACIÓN DE JUGO NATURAL DE PITAHAYA
HACIA LA CIUDAD DE MÉXICO – MÉXICO**



**PRESENTADO POR
MIRTHA INÉS CASTRO RODRÍGUEZ**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
EXPORTACIÓN DE JUGO NATURAL DE PITAHAYA HACIA LA
CIUDAD DE MÉXICO – MÉXICO.

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

Presentado por:

Bachiller: Mirtha Inés Castro Rodríguez

LIMA – PERU

2020

Índice general

DEDICATORIA	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	11
2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	12
2.1. Nombre o razón social	12
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	13
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	15
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	16
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	19
2.6. Estructura Orgánica	20
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	23
2.8. Forma Jurídica Empresarial	24
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	26
2.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	27
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	28
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).	29
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	31
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.	32
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	33
3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL DE EXPORTACIÓN	34
3.1.- Descripción del producto	34
3.1.1 Clasificación arancelaria	35
3.1.2 Propuesta de valor.....	36
3.1.3 Ficha técnica comercial.....	37
3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo	38
3.2.1 Segmentación de mercado objetivo	41
3.2.2 Tendencias de consumo	44
3.3.- Análisis de la oferta y la demanda	48
3.3.1 Análisis de la oferta.....	48
3.3.2 Análisis de la demanda	49

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución	51
3.4.1 Estrategias de segmentación	52
3.4.2 Estrategias de posicionamiento	53
3.4.3 Estrategias de distribución	54
3.5.- Estrategias de Promoción	56
3.6.- Tamaño de planta. Factores condicionantes.	58
4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	58
4.1. Envases, empaques y embalajes.....	58
4.1.1. ENVASE.....	59
4.1.2. EMPAQUE	61
4.1.3. EMBALAJE.....	62
4.2. Diseño del rotulado y marcado	63
4.2.1 Diseño del rotulado	64
4.2.2 Diseño del mercado.....	68
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga	70
4.3.1. Unitarización.....	70
4.3.2. Cubicaje de la carga	71
4.4. Cadena de DFI de exportación.....	74
4.5. Seguro de las mercancías	76
5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	77
5.1.- Fijación de precios.....	77
5.1.1 Costos y precio.....	77
5.1.2 Cotización internacional	82
5.2.- Contrato de compraventa internacional y sus documentos.....	83
5.3 Elección y aplicación del Incoterm.....	86
5.4.- Determinación del medio de pago y cobro	87
5.5.- Elección del régimen de exportación.....	89
5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional.....	90
5.7.- Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama	93
5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien a ejecutar: Flujo Grama.	93
6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	94
6.1 Inversión Fija	94

6.1.1	Activos tangibles.....	95
6.1.2	Activos intangibles.....	95
6.2.	Capital de Trabajo.....	96
6.3.	Inversión Total.....	97
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	98
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	99
6.6.	Presupuesto de costos.....	101
6.7.	Punto de Equilibrio.....	102
6.8.	Tributación de la exportación.....	102
6.9.	Presupuesto de ingresos.....	103
6.10	Presupuesto de egresos.....	103
6.11.	Flujo de caja proyectado.....	104
6.12.	Estado de Ganancias y Pérdida.....	105
6.14.	Evaluación de la Inversión.....	106
6.14.1.-	Evaluación Económica.....	106
6.14.2.	Evaluación Financiera.....	107
6.14.3.	Evaluación social.....	108
6.14.4	Impacto ambiental.....	108
6.15.-	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	109
6.16.-	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	110
7.-	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	112
7.1.-	Conclusiones.....	112
7.2.-	Recomendaciones.....	113
	BIBLIOGRAFÍA.....	114

Índice de figuras

Figura 1 Pasos para inscripción de la empresa	13
Figura 2 Clasificación económica de Natural Frutperu S.A.C.....	14
Figura 3 Estructura Orgánica de la empresa Natural Frutperu S.A.C	21
Figura 4 Presentación del logo del jugo natural de Pitahaya.....	27
Figura 5 Requisitos para la obtención de licencia.....	28
Figura 6 Habitantes de la Ciudad de México por edad y sexo	42
Figura 7 Ficha técnica de la encuesta	46
Figura 8 Resultados de estudio de mercado.....	47
Figura 9 Resultados de estudio de mercado.....	47
Figura 10 Gastos de los Hogares en México	50
Figura 11 Distribución del gasto del hogar en las bebidas no alcohólicas más relevantes en México.....	51
Figura 12 Estrategias de posicionamiento de Natural Frutperu S.A.C.....	53
Figura 13 Canales de distribución en el mercado mexicano	55
Figura 14 Business Card de Natural Frutperu S.A.C.	57
Figura 15 Envase de jugos natural de Pitahaya DRAGON JUICE	60
Figura 16 Empaquetado de los envases de jugos natural de Pitahaya.....	61
Figura 17 Embalaje de los envases de los jugos naturales de Pitahaya.....	62
Figura 18 Representación gráfica de etiquetado nutricional por envase.....	65
Figura 19 Posición de íconos en los envases para alimentos y bebidas no alcohólicas	65
Figura 20 Diseño y contenido de etiqueta DRAGON JUICE.....	67
Figura 21 Información nutricional de DRAGON JUICE	67
Figura 22 Marcado y rotulado de las cajas de DRAGON JUICE	69
Figura 23 Embalaje de mercancía en pallet	71
Figura 24 Proceso logístico de producción de DRAGON JUICE	74
Figura 25 Proceso logístico de exportación de DRAGON JUICE	75
Figura 26 Precios de bebidas de fruta, jugos y néctares en México.....	82
Figura 27 Flujograma de transferencia como medio de pago	88
Figura 28 Etapas de procedimiento de exportación.....	90
Figura 29 Flujograma de exportación definitiva	93
Figura 30 Flujograma de operaciones de producción.....	94
Figura 31 Requisitos para solicitar crédito Capital de trabajo en Mi Banco	100

Índice de tablas

Tabla 1 Valorización cuantitativa de ubicación geográfica.....	15
Tabla 2 Categoría empresarial en función a sus ventas.....	20
Tabla 3 Funciones Gerente General y Comercial.....	21
Tabla 4 Funciones Asistente de Logística.....	22
Tabla 5 Funciones Asistente de Contabilidad y Finanzas.....	22
Tabla 6 Funciones Almacenamiento y Distribución.....	23
Tabla 7 Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles).....	24
Tabla 8 Cuadro Tipo de sociedades.....	25
Tabla 9 Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles).....	31
Tabla 10 Cuadro comparativo de Modalidades de Contrato.....	32
Tabla 11 Partida Arancelaria de DRAGON JUICE.....	36
Tabla 12 Ficha técnica de DRAGON JUICE.....	38
Tabla 13 Países importadores de preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas.....	39
Tabla 14 Población de la Ciudad de México (según género).....	42
Tabla 15 Segmentación Psicográfica.....	43
Tabla 16 Segmentación Conductual.....	44
Tabla 17 Principales empresas exportadoras de bebida hacia México.....	48
Tabla 18 Segmentación Conductual.....	54
Tabla 19 Listado de ferias en la Ciudad de México.....	56
Tabla 20 Característica física del envase de DRAGON JUICE.....	60
Tabla 21 Característica física del embalaje del jugo natural de Pitahaya.....	63
Tabla 22 Tipos de marcas para envases y embalajes.....	68
Tabla 23 Medidas el envase de DRAGON JUICE.....	72
Tabla 24 Medidas de la caja de DRAGON JUICE.....	72
Tabla 25 Medidas de la pallet Europeo de DRAGON JUICE.....	72
Tabla 26 Medidas del contenedor de 20 pies para exportación de DRAGON JUICE.....	72
Tabla 27 Información logística de exportación por contenedor de DRAGON JUICE.....	78
Tabla 28 Información logística de exportación por pallet de DRAGON JUICE.....	78
Tabla 29 Cotización de agencia de aduanas CASOR ADUANEROS S.A.C.....	79
Tabla 30 Costos de exportación de DRAGON JUICE.....	80

Tabla 31 Cotización de Natural Frutperu S.A.C.....	83
Tabla 32 Contrato compraventa internacional de DRAGON JUICE	84
Tabla 33 Cotización de Natural Frutperu S.A.C.....	85
Tabla 34 Costos de activos tangibles de la empresa Natural Frutperu S.A.C	95
Tabla 35 Costos de activos tangibles de la empresa Natural Frutperu S.A.C	96
Tabla 36 Costos de capital de trabajo de la empresa Natural Frutperu S.A.C.....	97
Tabla 37 Inversión total para la empresa Natural Frutperu S.A.C	97
Tabla 38 Estructura de financiamiento para la empresa Natural Frutperu S.A.C.....	98
Tabla 39 Simulador de préstamo de Mi Banco	99
Tabla 40 Tasa efectiva anual de los bancos BBVA, BCP y Mi Banco por el producto de capital de trabajo	100
Tabla 41 Presupuestos de costos de Natural Frutperu S.A.C.	101
Tabla 42 Punto de equilibrio de Natural Frutperu S.A.C.....	102
Tabla 43 Presupuesto de ingresos de Natural Frutperu S.A.C.	103
Tabla 44 Presupuesto de egresos de Natural Frutperu S.A.C.	104
Tabla 45 Flujo de caja de Natural Frutperu S.A.C.	105
Tabla 46 Estado de ganancias y pérdidas de Natural Frutperu S.A.C.	106
Tabla 47 Flujo de caja económico.....	107
Tabla 48 Flujo de caja financiero	107
Tabla 49 Cálculo del COK	110
Tabla 50 Cálculo del WACC	110
Tabla 51 Cuadro de riesgo tipo de la cambio de Natural Frutperu S.A.C.	111

DEDICATORIA

Quiero agradecer a Dios por hacer posible que hoy pueda realizar mi proyecto, sin su guía y bendición del día a día nada fuera posible; agradecer a mi madre Inés Rodríguez por su apoyo incondicional, a mi padre Mario Castro que desde arriba me brinda sabiduría y me guía en cada paso que doy, a mi tía Maritza Rodríguez, hermanos y aquellos amigos que me brindaron su enseñanza y ayuda para que hoy se haga posible el término de mi proyecto.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio desarrolla la ‘Exportación de jugo natural de Pitahaya hacia la Ciudad de México - México, se centra que el consumidor pueda adquirir un producto 100% natural, asimismo con un aporte adicional dietético, presentado en un envase práctico de plástico PET. Según las investigaciones realizadas, nos indican que el consumidor mexicano toma en cuenta todo aquello que concierne a productos naturales que contribuyan al cuidado de su salud y apariencia física.

Ante esta tendencia, se optó por seleccionar como ingrediente principal la fruta natural de Pitahaya ya que tiene grandes beneficios para la salud tales como el aporte de Vitamina B, C y E, el bajo aporte calorífico, ayuda combatir enfermedades cardiovasculares, anemia y osteoporosis, ayuda eliminar las grasas y controlar el apetito. México reporta un índice en crecimiento de consumo en la categoría de jugos, néctares y bebidas de frutas sin gas; además de tener una población con ingresos altos y con actitud positiva de aceptación de productos con nuevos sabores y presentaciones amigables. Para atender esa necesidad, se crea Natural Frutperu S.A.C., cuya constitución legal y organizacional se realiza al régimen de Pequeña Empresa, el cual ofrece beneficios tanto tributarios como laborales.

Como propuesta de valor se ofrece un producto 100% natural, que muy aparte de consumir un jugo refrescante de fruta exótica, proporciona beneficios con la salud, tales como en las prevenciones de enfermedades, regula el nivel de azúcar en sangre, estimula la producción de colágeno, ayuda en la digestión, al ser rica en agua, fibra y baja en carbohidratos, su consumo es excelente para personas que siguen algún tipo de dieta para adelgazar y/o generar pérdida de peso. Este último punto es el más resaltante de los

beneficios que ninguno de los demás jugos, néctares y/o bebidas pueden brindar al consumirla.

Se realizó un análisis de mercado según el perfil del consumidor (mujeres y hombres de 18 a 60 años de edad) que buscan refrescarse, hidratarse con bajas calorías y sin alterar su vida saludable. También se desarrolla un análisis de la competencia como punto de partida de las exportaciones de jugos de frutas, el potencial económico, la estabilidad política y social y otros criterios que arrojan como resultado el mercado de México.

La empresa cuenta con aliados estratégicos de la materia prima y producción de los jugos naturales de Pitahaya, la fórmula y preparación sólo lo representará Natural Frutperu S.A.C. ya que se realizará un jugo exclusivo acordando mediante contrato el respeto de la originalidad del producto.

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

El siguiente plan de negocio nos muestra la viabilidad de NATURAL FRUTPERU S.A.C. que se encargará en comprar la materia prima, la producción realizada por un tercero y la exportación del jugo natural de pitahaya a la ciudad de México - México.

<p>Socios Clave</p> <p>Proveedores de Materia Prima y demás Broker ciudad de México Operador Logístico Maquilador</p>	<p>Actividad Clave</p> <p>Buscar compradores en el mercado internacional Buscar proveedores Gestión eficiente de la cadena de suministro Presentación del producto</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>Jugo 100% natural, refrescante y saludable de una fruta exótica. Jugo ideal para incluirlo dentro de un plan dietético Producto refrescante con un sabor nuevo en el mercado Precio por debajo del mercado</p>	<p>Relación de clientes</p> <p>Redes sociales Servicios post venta (preguntas frecuentes) por medio de llamadas gratuitas.</p>	<p>Segmento de mercado</p> <p>El producto está dirigido a mujeres y hombres de 18 – 60 años de edad de la ciudad de México – México.</p>
<p>Recurso Clave</p> <p>Conocer la fruta Pitahaya Personal adecuado para la gestión de cada área Conocer el mercado mexicano</p>			<p>Canales</p> <p>Página Web de la empresa Correo corporativo para consulta o realizar posibles reclamos</p>	
<p>Estructura de Costos</p> <p>Costo del producto terminado Costo de exportación Gasto de planilla Gasto de ventas Gasto administrativo Gasto operativo Gastos fijos</p>			<p>Fuentes de ingreso</p> <p>Financiamiento con capital propio Financiamiento mediante préstamo con entidad bancaria a través de un aval financiero.</p>	

Fuente: Elaboración propia

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

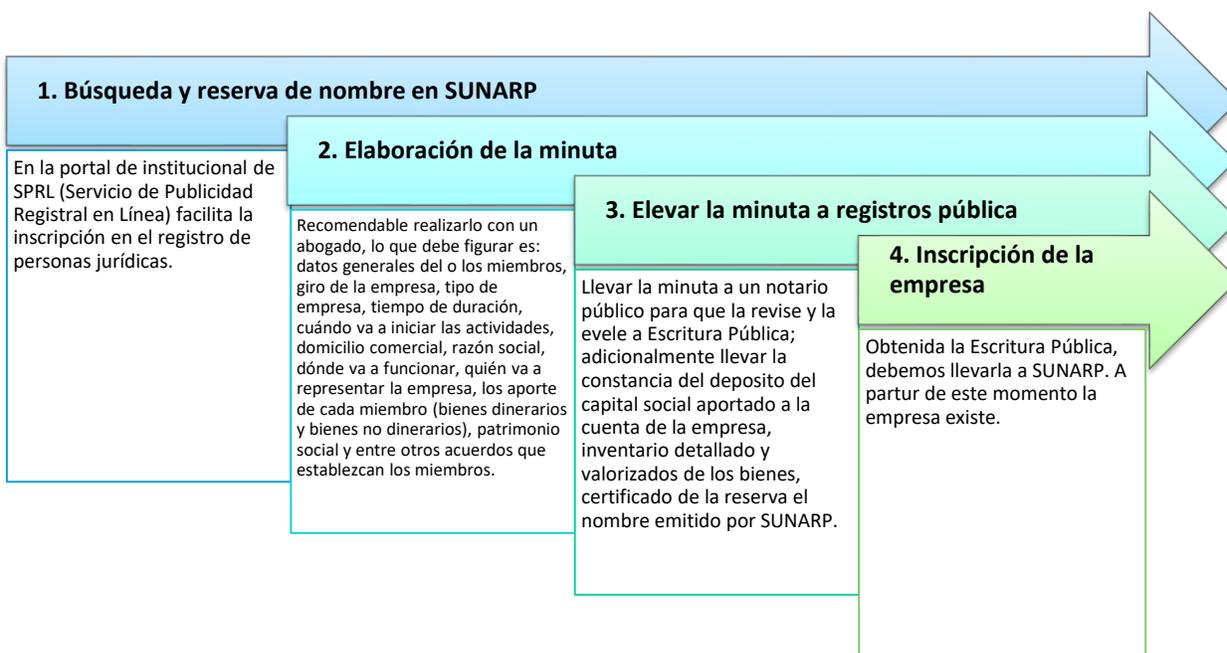
Según SUNARP indica que: “Constituir una empresa o sociedad es un proceso a través del cual una persona o grupo de personas registran su empresa ante el Estado para que este les ofrezca los beneficios de ser formales. Antes de iniciar el proceso de constitución de una empresa o sociedad debes evaluar el tipo de negocio que deseas montar, el capital inicial y cómo lo vas a financiar; así como la aceptación que tendrá entre los posibles clientes y, por supuesto, las obligaciones tributarias que deberás asumir.”

El nombre comercial de la empresa es Dragon Juice y la razón social para el presente plan de negocio será Natural Frutperu S.A.C., razón por la cual se hace hincapié en comunicar al consumidor que la empresa brinda jugos naturales de pura fruta proveniente del mercado peruano. La fruta Pitahaya llamada también fruta del dragón, razón adicional por la cual tiene como nombre comercial la empresa, debido que es semejante al producto a brindar, por lo cual será práctico y fácil recordar para los consumidores.

El procedimiento a realizar para registrar el nombre de la empresa es realizar la búsqueda y reserva de nombre ante SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos), posteriormente se procede a elaborar la minuta para luego

presentarlo al notario con el fin de emitir la escritura pública, finalmente inscribir dicha escritura ante Registros Públicos, y registrarlo ante la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria) para obtener el RUC de la empresa.

Figura 1 Pasos para inscripción de la empresa



Fuente: Elaboración propia en base a SUNARP

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios. En el Perú, el INEI (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática) ha adoptado oficialmente la nueva revisión (Revisión 4), lo cual permitirá establecer un

esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios. (García Perez, 2010)

Debido a ello, la SUNAT ha implementado la incorporación de la nueva CIUU Revisión 4 dentro de sus registros del RUC, siendo la actividad económica es un dato importante en el registro del RUC asimismo constituye una información obligatoria a declarar en el referido padrón.

Es por ello que de acuerdo al sistema de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), el código de la actividad económica de la empresa Natural Frutperu S.A.C. corresponde a elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas ubicado en la Clase 1104, para mayor detalle de la clasificación y selección de la codificación de la actividad económica de la empresa Natural Frutperu S.A.C. se podrá observar en la siguiente figura 2.

Figura 2 Clasificación económica de Natural Frutperu S.A.C



Fuente: Elaboración propia en base a INEI y SUNAT

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para poder definir una adecuada ubicación de la oficina de la empresa, será evaluado con factores que ayuden a minimizar costos y podamos tener una mejor operación comercial.

La ubicación de la oficina es de acuerdo a dos elecciones principales:

A. Estar cerca del cliente teniendo en cuenta los costos de movimiento y prioridades competitivas en base a tiempos.

B. Ubicarse cerca de las fuentes de insumos aprovechando bajos costos de materiales y mano de obra.

De acuerdo a las dos elecciones principales que se han tomado en cuenta para la selección del establecimiento, se realizará una valorización cuantitativa de las razones por la cual fortalece la idea de ubicación que se mostrará en la tabla 1.

Tabla 1 Valorización cuantitativa de ubicación geográfica

FACTORES	CALIFICACIÓN		
	LOS OLIVOS	CALLAO	SMP
Costo de alquiler según la zona	5	4	5
Tamaño del local a alquilar	4	2	3
Accesibilidad de traslado para los proveedores	4	3	3
Acceso hacia el puerto y aeropuerto	3	4	3
Cercanía de bancos	4	4	3
Seguridad	4	3	3
TOTAL	4.00	3.33	3.33
*Leyenda: 1 (Muy Malo) – 5 (Muy Bueno)			

Fuente: Elaboración propia en base a INEI y SUNAT

La ubicación de la propiedad según la tabla 1, lo más factible según la calificación es situarse en Los Olivos, debido que cumple con mejores puntajes aquellos factores importantes detallados en la tabla anterior, generándose de esta forma un ahorro de costos, seguridad y acceso rápido de entrega del producto final en puerto o aeropuerto.

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

Como empresa nos enfocamos en brindar un producto de calidad innovador, a su vez que el precio sea accesible y los tiempos de entrega sean rápidos.

Para lograr cumplir con nuestro objetivo que nos hemos planteado se tendrá en cuenta la siguiente estrategia:

Misión

Elaborar y dar a conocer la calidad de nuestro producto natural, fomentando el consumo saludable y contribuyendo con el bienestar de nuestros clientes.

Visión

Ser empresa líder en el mercado internacional gracias a la calidad y propiedades saludables y dietético que brinda nuestro jugo natural de Pitahaya, contribuyendo al desarrollo de sus colaboradores y de nuestro país.

Valores

Calidad en el producto: Es fundamental ofrecer un producto de calidad, saludable y dietético que cubra y supere las expectativas de nuestros consumidores a un precio competitivo.

- **Trabajo en equipo:** Promovemos la colaboración de nuestros trabajadores, aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de un objetivo común.
- **Integridad:** Entre nuestros valores defendemos la honestidad, credibilidad y la equidad.
- **Compromiso ambiental y social:** Es importante la obligación de conservar el medioambiente, para ello estamos desarrollando políticas internas que reduzcan nuestro impacto y siempre respetando los derechos humanos.

Objetivos

A. Objetivos Generales

- Ser una empresa que promueva el consumo de productos naturales y saludables en el mercado destino, contribuyendo a bajar la tasa de obesidad y diabetes.
- Ser empresa líder en exportación de jugos naturales de pitahaya a base de un producto del mercado peruano.
- Ofrecer al mercado destino un producto de calidad y a la altura de estándares internacionales con innovación, compromiso y creatividad.

B. Objetivos Específicos

- Obtener lazos comerciales con empresas que nos apoyen con la exportación de nuestro producto terminado al mercado destino.
- Buscar trabajar con nuestros proveedores a un crédito de 30 – 45 días con la finalidad de tener una mayor liquidez al tercer año de trabajo.

Principios

- **Eficiencia:** Se usará correctamente los recursos como la materia prima y los trabajadores tendrán sus funciones equitativamente en cada labor para poder dar resultados exitosos.
- **Innovación:** Se buscará innovar constantemente la presentación del producto para que pueda ser atractivo en el mercado destino.
- **Proactividad:** Se desarrollará habilidades para poder anticiparnos ante situaciones internas y externas que puedan alterar las funciones de la empresa, además nos servirán para tener el control que se requiera dentro y fuera de la empresa.
- **Ética:** Se realizará contratos con nuestros proveedores y las empresas distribuidoras, cumpliendo todo lo acordado.

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

Según El Peruano (2013), el D.S.N° 013-2013-PRODUCE indica que la Ley N° 30056 modifica diversas leyes para poder facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, asimismo rige los requisitos de acogimiento al régimen de las MYPES regulados por el D.LEG.N° 1086.

El presente plan de negocio comenzará teniendo la creación de una micro empresa, el cual estará dentro de ciertos beneficios de materia laboral, tributaria, administrativa, etc. Teniendo en cuenta las características de la micro empresa, el plan de negocio se acreditará como tal por contar con 4 colaboradores en planilla y 3 personas brindando servicios externos.

Según nuestra proyección mensual de venta mínima de S/25,4100.00, al año tendremos un promedio total a declarar de S/254,480.00, según nuestros datos de venta la empresa se acogeré al régimen tributarios MYPE, en la tabla 2 indicaremos las categorías empresariales establecidos en función de sus niveles de ventas anuales (D.S.N° 013-2013-PRODUCE):

Tabla 2 Categoría empresarial en función a sus ventas

TIPO DE EMPRESAS	REQUISITOS Ventas anuales
MICROEMPRESA	Monto máximo de hasta 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	Monto máximo de hasta 1700 UIT
MEDIANA EMPRESA	Monto máximo de hasta 2300 UIT
*UIT (Unidades Impositivas Tributarias). *UIT= S/4300.00 (para el año 2020)	

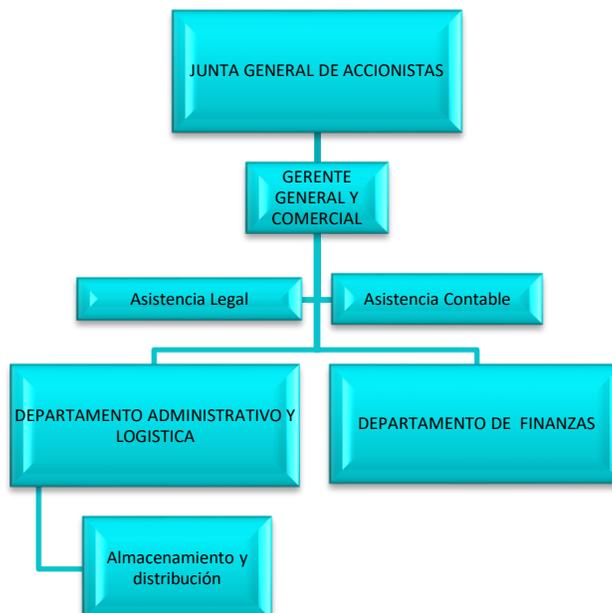
Fuente: Elaboración Propia en base a SUNAT y Ministerio del Trabajo

2.6. Estructura Orgánica

Natural Frutperu S.A.C. para dar inicio sus operaciones, contará con un organigrama básico y entendible de cómo está distribuida la empresa. Por ser una empresa que recién inicia, necesita reducir sus costos incluyendo el costo de mano de obra reducida, por ello se toma en cuenta para poder realizar la siguiente estructura orgánica. Con el pasar de los años mejorará, debido al crecimiento y exigencia de nuestros clientes de poder atender las con eficacia y eficiencia nuestro producto.

En la figura 3 se presenta la estructura orgánica de la empresa Natural Frutperu S.A.C., contando con

Figura 3 Estructura Orgánica de la empresa Natural Frutperu S.A.C



Fuente: Elaboración Propia

Descripción de Funciones:

Tabla 3 Funciones Gerente General y Comercial

Nombre del Cargo:	Gerente General y Comercial
Área:	Gerencia General
Supervisa a:	Departamento administrativo y logística; y el departamento de contabilidad y finanzas
Funciones Principales:	<ul style="list-style-type: none"> Planificar, dirigir y evaluar las operaciones del establecimiento. Liderar la gestión global de la empresa. Coordinar con las áreas de Logística, Contable y Legal. Realizar análisis del desempeño de cada área de la empresa. Garantizar que los reclamos de los clientes sean atendidos de una manera profesional y eficiente. Proporcionar una correcta dirección a la empresa. Evaluar el entorno interno y externo de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Funciones Asistente de Logística

Nombre del Cargo: Asistente de Logística	
Área:	Logística
Reporta a:	Gerente General y Comercial
Funciones Principales:	<p>Elaborar las órdenes de compras y servicios previa coordinación gerencia.</p> <p>Suministrar la materia prima al proveedor tercerista.</p> <p>Recibir y procesar solicitudes de compras de los requerimientos de los clientes internacionales.</p> <p>Coordinar con proveedores y empresas con las que se terciarizan, en cuanto al proceso de producto.</p> <p>Supervisar directamente los procesos que fueron tercerizados hasta llegar al producto final.</p> <p>Controlar el inventario en almacén.</p> <p>Preparar reportes semanales y mensuales de las producciones y avances de trabajos de la empresa.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Funciones Asistente de Contabilidad y Finanzas

Nombre del Cargo: Asistente de Finanzas	
Área:	Finanzas
Reporta a:	Gerente General y Comercial
Funciones Principales:	<p>Emitir y registrar los comprobantes de pago (facturas, invoice, boletas, etc.).</p> <p>Responsable de brindar documentación para que el área contable pueda realizar la elaboración de la declaración mensual y anual.</p> <p>Responsable de brindar información para el cierre mensual y anual de la información financiera de la empresa.</p> <p>Brindar informes semanales de los movimientos bancarios.</p> <p>Tramitar y presentar documentación en entidades financieras.</p> <p>Implementar la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's) en los estados financieros, de acuerdo a la normativa legal vigente.</p> <p>Elaborar los estados financieros mensuales de La Empresa, e informar a la Gerencia General y Comercial, sobre las variaciones de los mismos para la toma de decisiones.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Funciones Almacenamiento y Distribución

Nombre del Cargo:	Almacenamiento y distribución
Área:	Logística
Reporta a:	Gerente General y Comercial
Funciones Principales:	Responsable de la conservación y almacenamiento de las mercancías. Registro de entradas y salidas de almacén. Carga y descarga de mercancías. Gestionar los pedidos con el maquilador según solicitud de los clientes internacionales. Apoyo para relizar demás gestiones de gerencia.

Fuente: Elaboración propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

La empresa Natural Furtperu S.A.C. contará con 4 personas que conformarán el recurso humano de la empresa, respecto a la planilla de la empresa tendrá un gasto anual de S/49,875.00 soles aproximadamente. Adicionalmente, contaremos con servicios externos como es el personal de limpieza, asesoría contable y la asesoría legal, respecto a ese gasto anual por servicios de terceros será un monto de S/7,800.00 soles aproximadamente.

El monto total anual tanto de personal en planilla como el servicio externo que se piensa contratar para poder iniciar este proyecto es de S/66,900.00 soles.

Tabla 7 Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles)

GASTOS EN PLANILLA									
CARGO	Cantidad de personal	Remuneración Mensual Unitario	Remuneración Mensual	Remuneración Anual (12 sueldos)	Gratificación Anual	CTS Anual (2 cuartos de sueldo)	Vacaciones (15 días, 1/2 sueldo)	SEGURO SIS	Total Anual General
Gerente General y Comercial	1	S/1,200.00	S/1,200.00	S/14,400.00	S/0.00	S/0.00	S/600.00	S/0.00	S/15,000.00
Asistente de Logística	1	S/930.00	S/930.00	S/11,160.00	S/0.00	S/0.00	S/465.00	S/0.00	S/11,625.00
Asistente de Finanzas	1	S/930.00	S/930.00	S/11,160.00	S/0.00	S/0.00	S/465.00	S/0.00	S/11,625.00
Almacenamiento y distribución	1	S/930.00	S/930.00	S/11,160.00	S/0.00	S/0.00	S/465.00	S/0.00	S/11,625.00
TOTAL MENSUAL	4	S/3,990.00	S/3,990.00	S/47,880.00	S/0.00	S/0.00	S/1,995.00	S/0.00	S/49,875.00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS									
Limpieza	1	S/200.00	S/200.00	S/2,400.00	-	-	-	-	S/2,400.00
Asesoría Contable	1	S/200.00	S/200.00	S/2,400.00	-	-	-	-	S/2,400.00
Asesoría Legal	1	S/250.00	S/250.00	S/3,000.00	-	-	-	-	S/3,000.00
TOTAL MENSUAL	3	S/650.00	S/650.00	S/7,800.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/7,800.00

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica empresarial, recurre a la Ley General de Sociedades, es por ello que en la Ley N° 26887 en el artículo 1 menciona que; las sociedades convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común en relación a actividades económicas, y en cuanto a la aplicación de la ley las sociedades deben estar sujetas al régimen que la ley demande.

En tal sentido se define como ente que requiere mediante regulaciones de forma legal lograr su constitución las cuales son representadas por una o más personas, así mismo indicar que no tiene existencia física como las personas naturales.

Tabla 8 Cuadro Tipo de sociedades

TIPO DE EMPRESA	Nº Accionistas	Organización	Capital y Acciones
Sociedad Anónima (S.A.)	*Mínimo: 2 *Máximo: Ilimitado	*Junta general de accionistas. *Gerencia. *Directorio.	*Capital Definido por aportes de cada socio. *Se deben registrar las acciones en el Registro de Matricula de Acciones.
Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)	*Mínimo: 2 *Máximo: 20	*Junta general de accionistas. *Gerencia. *Directorio. (Opcional)	*Capital Definido por aportes de cada socio. *Se deben registrar las acciones en el Registro de Matricula de Acciones.
Sociedad Comercia de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	*Mínimo: 2 *Máximo: 20	*Normalmente empresas familiares pequeñas.	*Capital definido por aportes de cada socio. *Se debe inscribir en Registros Públicos.
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	*Máximo: 1	*Una sola persona figura como Gerente General y socio.	*Capital definido por aportes del único aportante.
Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	*Mínimo: 750	*Junta general de accionistas. *Gerencia. *Directorio.	*Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. *Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matricula de Acciones

Fuente: Elaboración propia

Según el plan de negocio presentado y teniendo en cuenta lo que abarca el tipo de cada una de ellas, tomamos en cuenta la Sociedad Anónima Cerrada debido a que:

- Los accionistas de la empresa serán 02 personas, el adicional es un familiar.
- El capital social, es decir las acciones que vienen a darse mediante los aportes de los accionistas (entre bienes y efectivo), no responden personalmente por deudas sociales.

- Se constituye la empresa en cuanto se brinde la escritura pública que contenga a su vez el estatuto y el pacto social, y por ende se suscriben las acciones en su totalidad.
- La Sociedad Anónima Cerrada representa a una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.

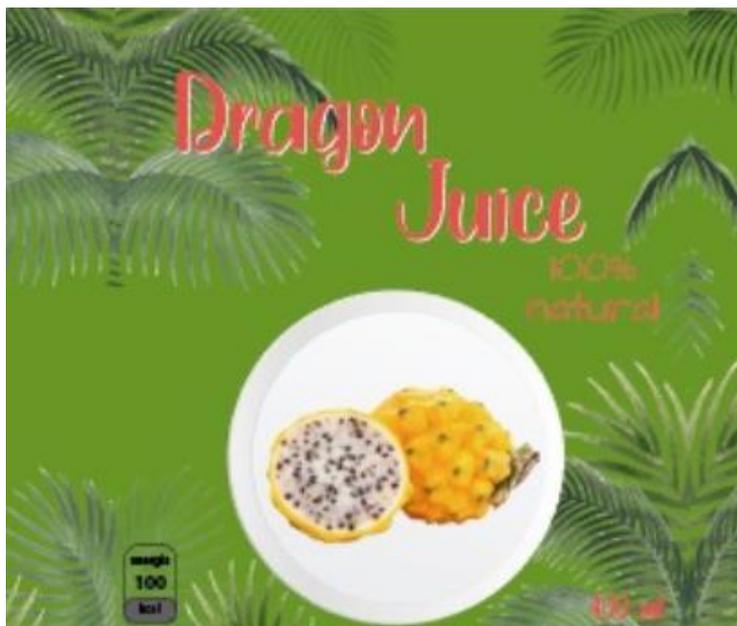
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La marca es un signo empleado para distinguir y diferenciar productos o servicios en el mercado. Presenta básicamente dos características principales: debe ser posible representarlo gráficamente y tener aptitud distintiva. Una marca puede estar constituida por palabras, dibujos, letras, números o embalajes, objetos, emblemas o elementos figurativos, etc. (Indecopi, 2019)

La marca es importante dado que es la base y/o la esencia de lo que ofrecemos al consumidor final, es por ello que tiene la finalidad de diferenciarlo ante otros competidores y lograr que se sientan cómodos, asimismo, lleva la identidad de la empresa.

Se ha elegido la marca DRAGON JUICE debido que es práctico, fácil de recordar y relacionar el producto con el nombre. Es importante mencionar que tanto la razón social como la marca no tienen diferencia ya que el objetivo es que el cliente pueda estar familiarizado con el producto y pueda ser luego fidelizado.

Figura 4 Presentación del logo del jugo natural de Pitahaya



Fuente: Elaboración Propia

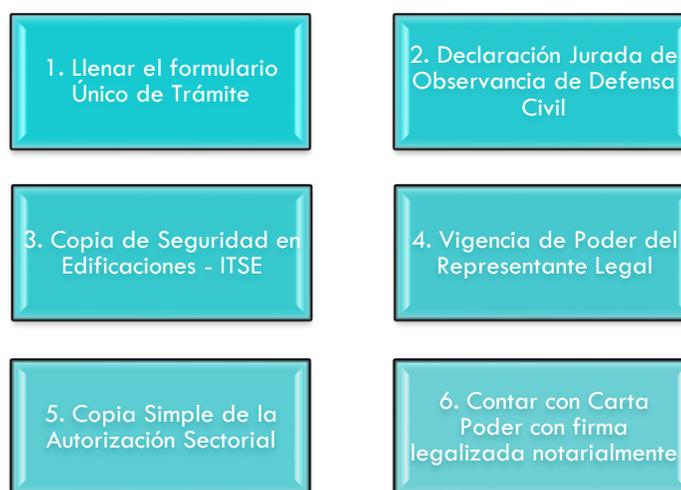
2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Según INDECOPI, indica que la licencia de funcionamiento es la autorización que las municipalidades otorgan para realizar sus actividades económicas en un establecimiento determinado. De acuerdo a este punto, el plan de negocios que se viene realizando tiene que solicitar la licencia de funcionamiento en la Municipalidad de Los Olivos

Para el plan de negocios y para otros que requieran solicitar la licencia de funcionamiento, se debe tener en cuenta los aspectos que la municipalidad evalúa para otorgar la licencia de funcionamiento es la zonificación y competitividad de uso, condiciones de seguridad de Defensa Civil.

El plazo que tiene la municipalidad para poder otorgar la licencia de funcionamiento a toda persona natural y/o jurídica no debe ser mayor a quince días hábiles, asimismo deben de brindar el apoyo y facilidades para la entrega de documentación.

Figura 5 Requisitos para la obtención de licencia



Fuente: Elaboración Propia en base Municipalidad de Lima e INDECOPI

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y

Modalidades

Para el desarrollo de tus actividades comerciales debemos de inscribirnos al RUC (Registro Único de Contribuyente) como una persona jurídica (empresa).

Para poder registrar la empresa en SUNAT y así obtener el número de RUC, se necesita presentar lo siguiente:

- Documento de identidad (DNI) del Representante Legal de la empresa
- Ficha de Registros Públicos
- Recibos de servicio públicos.
- Estados de Cuenta
- Ficha RUC con los datos actualizados de la empresa

(SUNAT, 2019)

La empresa Natural Frutperu S.A.C, de acuerdo a un análisis de ventas estimadas anuales (S/254,480.00) se procedió a acogerse al Régimen MYPE tributario. (Ver tabla 2)

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

Según SUNAT, PLAME llamado así a la Planilla Mensual de Pagos o Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

Es preciso señalar que la versión vigente es la 3.7, aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 025-2020/SUNAT la cual es de uso obligatorio a partir del 01 de febrero de 2020 y debe utilizarse a partir del período enero 2020 en adelante.

La Planilla Mensual de Pagos cuenta con dos partes:

T-REGISTRO: Referente al llenado en sistema clave sol, que cuenta con información y datos generales de los trabajadores, practicantes, prestadores de servicios y empleadores, donde se encontrarán las opciones de ALTA, MODIFICACIÓN Y BAJA.

El empleador debe cumplir con registrarse en el T-REGISTRO y luego registrará a:

- Trabajadores
- Pensionistas
- Personal en formación – Modalidad Formativa Laboral y otros
- Personal de Terceros
- Derechohabientes

PLAME: Es el programa en el que se registra todos los datos sobre planilla de los colaboradores registrados, que se enviara a SUNAT posteriormente como una declaración.

Los datos que el PDT PLAME obtiene del T-REGISTRO son:

- Empleador

- Trabajador
- Pensionista
- Personal de Formación Laboral
- Personal de Terceros

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

El régimen laboral especial y general laboral, tiene como principio la Ley N°28015, ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.

A continuación, detallaremos las principales diferencias entre régimen laboral de Micro empresa y Pequeña empresa:

Tabla 9 Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles)

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobre tiempo	Remuneración por trabajo en sobre tiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Fuente: Sobrino (2020)

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

El contrato laboral es un acuerdo entre colaborador y empleador, este consiste en que una de las partes (colaborador) ponga a disposición sus servicios profesionales bajo una remuneración garantizada a la otra (empleador) y está determinado por obligaciones y derechos de ambas partes.

Tabla 10 Cuadro comparativo de Modalidades de Contrato

CONTRATOS DE NATURALEZA TEMPORAL (Artículo 57°, 58° y 59° del Decreto Supremo N° 003-97-TR)	CONTRATOS DE NATURALEZA ACCIDENTAL (Artículo 60°, 61° y 62° del Decreto Supremo N° 003-97-TR.)	CONTRATOS PARA OBRA Y SERVICIOS (Artículos del 63° al 71° del Decreto Supremo N° 003-97-TR.)
Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Nueva Actividad. - Por inicio o incremento de actividades productivas.	Contrato de suplencia. - Sustituir temporalmente a un empleado estable.	Contrato para Obra Determinada o Servicio Específico. - Tienen un objeto previamente establecido, y una duración determinada
Contrato por Necesidades del Mercado. - Busca atender los incrementos coyunturales de la producción, originados por variaciones sustanciales de la demanda en el mercado	Contrato ocasional. - Necesidades transitorias, diferentes de la actividad habitual del centro de trabajo. Máximo es de seis meses al año.	Contrato Intermitente. - Necesidades de las actividades que por su naturaleza son permanentes, pero discontinuas.
Contrato por reconversión empresarial. -Es para los casos de sustitución, modificación y ampliación de las actividades desarrolladas en la empresa.	Contrato de Emergencia. - Necesidades derivadas de un caso fortuito o fuerza mayor, coincidiendo su duración con la de la emergencia.	Contrato de Temporada. - Necesidades propias del giro de la empresa o establecimiento, que se cumplen sólo en determinadas épocas del año y que están sujetas a repetirse en periodos equivalentes.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Nuestra empresa Natural Frutperu S.A.C., utilizará el tipo de contrato por Inicio o lanzamiento de una nueva actividad con sus colaboradores ya que la empresa se está iniciando, teniendo en cuenta que este contrato es el inicio de la actividad de una empresa o en caso aumente las actividades productivas.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

En cuanto a los contratos comerciales, Natural Frutperu S.A.C. usará diferentes contratos a lo largo de todas las actividades, entre ellos:

- **Acto constitutivo.** - Este documento acredita con constitución de la empresa bajo una sociedad, se menciona la razón social, monto del capital social, datos de los accionistas y manifestación de voluntad.
- **Contrato Individual de Trabajo.** - Este contrato será exclusivo entre la empresa y los colaboradores, estableciéndose funciones y responsabilidades laborales.
- **Contrato de Compra.** - Este contrato se desarrollará entre el comprador internacional y la empresa, tendrá como objetivo la venta de jugos naturales de Pitahaya delimitándose bajo las condiciones y responsabilidades de ambas partes; asimismo se realizará un contrato con los proveedores de la materia prima, compra de insumos principales para la fabricación de nuestro producto y el servicio de maquila que realizaremos para llevar a cabo la producción.
- **Contrato de prestación de servicios.** - Este tipo de contratos serán desarrollados para servicios como asesoría legal y transporte, ya que son servicios que debemos tenerlo en cuenta para una eficiencia de producción y social.
- **Contrato de alquiler.** – Este tipo de contrato será desarrollado para alquilar el espacio donde se desarrollarán las actividades administrativas y operacionales de la empresa.

La Responsabilidad Civil de los Accionistas tiene como función esencial que el de cuidar de que se estos se cumplan, con la diligencia debida, las obligaciones y deberes que se les impone por el ordenamiento jurídico, de forma que su mediante un acto ilícito causan un daño están obligados a resarcirlo.

3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL DE EXPORTACIÓN

3.1.- Descripción del producto

El jugo natural de Pitahaya es un producto que se deriva del proceso de compra, selección, limpieza, desinfección, extracción, empaque y distribución al cliente. La Pitahaya tiene como propiedades micronutrientes, macronutrientes, alto contenido de fibra y bajo aporte calórico, asimismo proporciona beneficios con la salud, tales como en las prevenciones de enfermedades, regula el nivel de azúcar en sangre, estimula la producción de colágeno, ayuda en la digestión, al ser rica en agua, fibra y baja en carbohidratos, su consumo es excelente para personas que siguen algún tipo de dieta para adelgazar y/o generar pérdida de peso. Este último punto es el más resaltante de los beneficios que ninguno de los demás jugos y/o bebidas pueden brindar al consumirla; es ahí nuestro punto más fuerte, el introducir al mercado mexicano un jugo natural que tendrá un valor dietético.

El producto a exportar tiene como nombre DRAGON JUICE, jugos naturales que tiene como fruta principal la Pitahaya, un jugo con un sabor distinto, consistencia y con valor dietético, cuya presentación única es de envase de plástico PET de 400mL.

3.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación de la partida arancelaria son códigos en forma de números utilizados para que el producto pueda ser identificado en el país que se va exportar y clasificar el producto de manera correcta en la aduana. La importancia de esta radica en que se podrá conocer exactamente el tipo de impuesto que se le coloca al referido producto, de acuerdo a su denominación y tipo, tanto en el país de origen como en el de destino.

Las codificaciones del arancel de aduanas tienen por finalidad designar estos códigos aduaneros para utilizarlos en las operaciones de importación o de exportación, en nuestro país es administrada por la Superintendencia Nacional de administraciones tributaria y aduanas del Perú (SUNAT).

En cuanto a nuestro producto a exportar, la partida arancelaria para el mercado internacional es la siguiente:

Tabla 11 Partida Arancelaria de DRAGON JUICE

SECCION IV	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS
CAPITULO 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
20.09	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
2009.89.90.00	Los demás

Fuente: SUNAT

3.1.2 Propuesta de valor

La diferencia y propuesta de valor de consumir un jugo natural de pitahaya con los demás jugos, es que van a consumir un jugo refrescante de fruta exótica que de alguna forma proporciona beneficios con la salud, tales como en las prevenciones de enfermedades, regula el nivel de azúcar en sangre, estimula la producción de colágeno, ayuda en la digestión, al ser rica en agua, fibra y baja en carbohidratos, su consumo es excelente para personas que siguen algún tipo de dieta para adelgazar y/o generar pérdida de peso. Este último punto es el más resaltante de los beneficios que ninguno de los demás jugos y/o bebidas pueden brindar al consumirla; es ahí nuestro punto más fuerte, el introducir al mercado mexicano un jugo natural que tendrá valor dietético.

Esta fruta exótica contiene las siguientes propiedades:

*Micronutrientes: vitaminas C, del grupo B y A (betacarotenos); minerales como el fósforo, calcio y el hierro; fenoles (dan el color a la fruta y tienen acción antioxidante) y captina.

*Macronutrientes: pequeñas cantidades de carbohidratos, poca proteína vegetal y contenido de grasas prácticamente nulo.

*Alto contenido de fibra.

*Bajo aporte calórico.

Los procedimientos de producción del jugo natural de pitahaya harán que la fruta no pierda sus nutrientes para que todo lo indicado pueda llegar al 100% como si estuviera consumiendo la pulpa de la fruta directamente.

El producto a introducir en el mercado mexicano, será de alta calidad con frutas que se adquirirá provenientes de una región adecuada para garantizar el mejor sabor y consistencia. Los expertos en selección cuidarán que cualquier fruta con características distintas, sean rechazadas para asegurar que no obtendremos un jugo distinto.

3.1.3 Ficha técnica comercial

Tabla 12 Ficha técnica de DRAGON JUICE

FICHA TÉCNICA – NOMBRE DEL PRODUCTO													
Nombre del Producto	Jugo natural de Pitahaya												
Nombre en Inglés	Ptahaya Natural Juice												
Partida Arancelaria	2009.89.90.00												
Zonas de producción	Sierra de Piura, Huaral, Chanchamayo (Junín)												
Estacionalidad		En	Fb	Mr	Ab	My	Jn	Jl	Ag	St	Oc	Nv	Dc
	Jugo natural de Pitahaya	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Descripción del producto	Jugo natural de pura fruta Producto con valor dietético Presentación amigable												
Propiedades del producto	Vitamina B, C (fósforo, calcio y hierro) y E Ayuda elimina las grasas y controlar el apetito. Ayuda combatir enfermedades cardiovasculares, anemia y osteoporosis Alto contenido de fibra.												
Empaque y Rotulado			Envase de plástico PET de 400mL. Código de barras en cajas y producto										
Modo de uso	Consumirlo preferentemente antes de la fecha indicada en el envase. Conservar en lugar limpio, fresco y seco. Proteger de la luz solar y de aromas agresivos.												

Fuente: Elaboración propia

3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo

Una investigación de mercado se define a aquella recopilación y análisis de información, respecto a un mundo de la empresa y de mercado, para luego realizar toma de decisiones dentro de un campo de marketing estratégico y operativo.

El plan de negocio planteado de la empresa Natural Frutperu S.A.C., realizará una investigación de mercado que facilitará la identificación de aquellos grupos de posibles consumidores con aptitudes y/o necesidades similares. Ésta recopilación de información es de gran aporte y relevancia para poder diseñar una estrategia de penetración al mercado destino, ayudando a salvaguardar los intereses y el capital de inversión.

Se ha identificado que México es un fuerte consumidor de productos de preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas; México se encuentra en el puesto 18 importando un valor de 852.051 dólares en el año 2019, con este indicador se resalta que México se encuentra dentro de los veinte principales importadores en productos de preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas, en la tabla siguiente se podrá observar lo indicado.

Tabla 13 Países importadores de preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas

SA4	Importadores	Valor importado en 2008	Valor importado en 2009	Valor importado en 2010	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019*
	Mundo	50.210.876	45.070.561	46.848.679	55.586.209	55.706.970	58.399.193	59.528.424	56.558.224	57.040.565	60.426.717	64.064.766	62.371.704
	Estados Unidos de América <i>i</i>	6.407.056	5.653.660	5.935.851	6.938.875	7.238.043	7.276.820	7.432.227	7.720.831	7.939.717	8.558.105	9.298.642	8.982.271
	Alemania <i>i</i>	5.683.554	4.902.719	4.802.892	5.705.837	5.466.712	5.480.834	5.632.504	5.165.411	5.096.894	5.627.660	5.860.971	5.623.419
	Francia <i>i</i>	4.009.876	3.793.555	3.687.595	4.281.835	4.081.787	4.285.288	4.424.272	3.733.077	4.017.916	4.326.006	4.608.390	4.237.206
	Reino Unido <i>i</i>	3.666.349	2.984.540	3.081.889	3.755.302	3.448.715	3.702.800	3.746.418	3.470.855	3.408.520	3.660.944	3.912.691	3.947.667
	Países Bajos <i>i</i>	2.445.359	2.385.157	2.374.957	3.027.376	2.959.708	3.117.531	3.254.876	3.402.297	3.424.934	3.467.692	3.741.118	3.578.510
	Japón <i>i</i>	2.883.927	2.725.475	3.004.996	3.729.841	4.013.558	3.753.397	3.492.927	3.232.096	3.152.986	3.315.995	3.537.680	3.532.825
	Canadá <i>i</i>	1.691.743	1.620.268	1.741.415	2.052.934	2.197.522	2.251.143	2.358.268	2.361.383	2.226.728	2.292.429	2.349.737	2.363.061
	Bélgica <i>i</i>	1.951.793	1.857.115	1.731.700	2.075.811	1.956.724	2.405.619	2.551.672	2.203.204	1.978.553	2.045.179	2.171.198	2.000.653
	China <i>i</i>	300.711	333.398	462.082	592.606	623.762	661.646	765.862	875.068	981.836	1.092.934	1.399.421	1.495.954
	Italia <i>i</i>	1.456.019	1.288.479	1.290.993	1.483.950	1.312.416	1.383.849	1.487.130	1.322.524	1.314.811	1.357.018	1.428.275	1.378.842
	España <i>i</i>	1.248.322	1.054.558	1.031.835	1.213.430	1.097.997	1.211.543	1.295.755	1.189.259	1.318.208	1.391.249	1.449.608	1.309.189
	Rusia, Federación de <i>i</i>	1.458.190	1.197.643	1.377.808	1.516.507	1.553.948	1.600.492	1.605.048	1.051.115	1.074.235	1.181.963	1.286.394	1.232.996
	Corea, República de <i>i</i>	634.086	534.070	640.712	781.522	851.279	883.423	918.813	944.546	969.116	1.045.401	1.147.239	1.181.675
	Arabia Saudita <i>i</i>	562.698	568.067	596.544	766.813	837.082	937.017	999.978	1.066.095	945.359	939.973	878.195	945.894
	Polonia <i>i</i>	598.443	517.919	638.252	724.338	665.723	761.920	775.508	779.493	678.528	761.043	911.549	929.329
	Australia <i>i</i>	754.436	679.348	731.326	906.083	882.879	863.291	896.290	836.560	854.377	937.519	930.775	911.474
	Austria <i>i</i>	904.608	677.083	725.291	843.135	907.620	902.480	915.936	852.038	818.255	898.825	939.254	872.866
	México <i>i</i>	597.477	469.534	490.782	602.874	602.019	680.899	676.453	688.744	701.501	698.830	748.695	852.051
	Suecia <i>i</i>	761.112	664.311	625.693	720.132	720.001	757.704	795.631	719.361	762.371	787.498	817.660	773.451
	Irlanda <i>i</i>	562.169	441.184	433.242	504.343	482.980	507.043	539.491	486.197	494.936	544.418	614.069	571.381
	Hong Kong, China <i>i</i>	262.665	263.290	287.416	333.941	364.400	428.754	451.204	514.596	535.215	469.597	555.586	559.833
	Brasil <i>i</i>	330.173	323.290	476.079	501.216	478.799	654.226	652.600	513.910	544.655	566.077	529.916	548.634

Fuente: TRADEMAP (2020)

Se eligió México según las investigaciones y datos presentados en el año 2018 la empresa Jumex por Manuel Martínez López, vicepresidente y director general quién indicó que, el consumo de productos de categoría de jugos, néctares y bebidas de frutas sin gas tuvo un crecimiento del 9.3% a diferencia del año anterior. En total, durante 2018, el segmento de los jugos en México registró ventas por 2,794 millones de dólares aproximadamente.

El 96% de los mexicanos acostumbra tomar jugo, de los cuales 69% prefiere un jugo hecho al momento con fruta natural y el 27% acostumbra consumir jugos envasados.

Las marcas más consumidas por el mercado mexicano son 3, jumex, del valle y boing, en ese orden de preferencia y de los sabores más buscados están manzana, mango, naranja, durazno, uva.

Dentro de las razones por las cuales las personas decidirían comprar un nuevo jugo están algunas como la degustación previa, esto puede ser a través de una demostradora que regale muestras del producto, o bien en algún puesto cerca de casa donde hagan jugos naturales. De las razones concretas y para el jugo envasado, la gente busca un empaque que se agradable, innovador, llamativo, y la última razón, pero no menos importante para consumir un jugo nuevo es que tenga un sabor diferente, sea con frutas exóticas o mezcla de ellas.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Macro Segmentación

México es uno de los países de mayor movimiento económico de América Latina, sin embargo, se ha generado un impacto de caídas del crecimiento en América Latina en el año 2019; México no es la excepción, según el Directorio Ejecutivo del Fondo Monetario Internacional (FMI) nos indica que la economía mexicana ha seguido mostrando resiliencia ante un entorno complejo, pero el crecimiento económico se ha estancado en medio de elevada incertidumbre de políticas públicas, condiciones monetarias restrictivas y un subejercicio del gasto público.

Según INEGI (2018), indica que el PIB total en México fue de 22,191,164 millones de pesos, las principales ciudades participantes que contribuyeron son:

- Ciudad de México, 3,631,195 millones
- Estado de México, 1,958,936 millones
- Nuevo León, 1,695,715 millones
- Jalisco, 1,575,126 millones
- Veracruz, 1,006,376 millones

La Ciudad de México, capital de México, es la ciudad principal que participa en la en el PIB del país, por ende, nos enfocaremos a una población de mayor movimiento económico, población con mayor poder de adquisición, un clima de temperatura anual

que varía de 6°C a 27°C y rara vez baja a -3°C o sube a más de 30°C, y población con actitud de consumir productos saludables adecuados a un plan dietético.

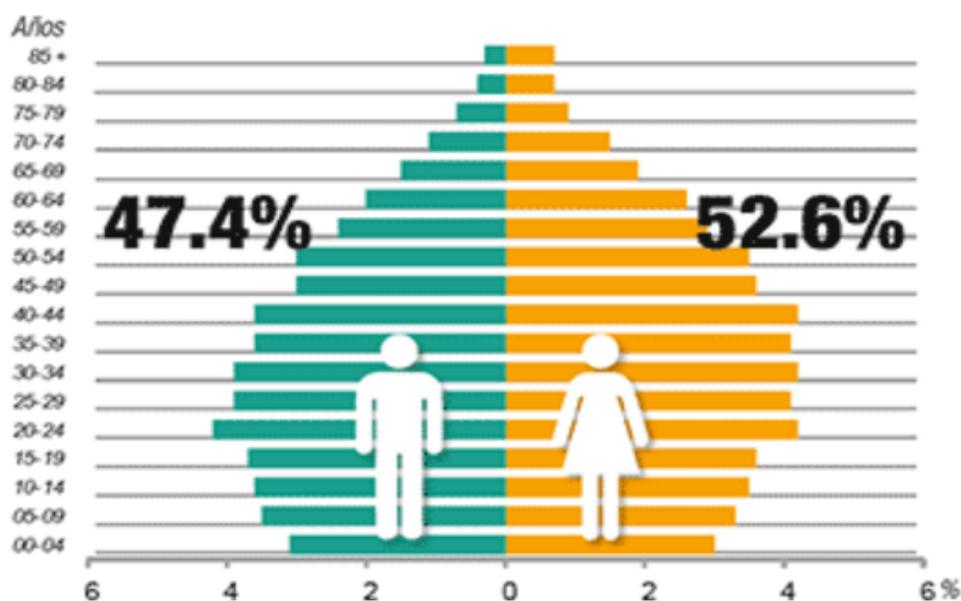
Según los datos mencionados, la ciudad escogida como mercado destino es la Ciudad de México, su ubicación geográfica y el número de su población se encuentra dividida en la tabla N°14.

Tabla 14 Población de la Ciudad de México (según género)

N° DE LA POBLACION EN MEXICO POR GÉNERO	
MUJERES	4'687,003
HOMBRES	4'231,650
TOTAL	8'918,653

Fuente: Elaboración propia en base a INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geográfica)

Figura 6 Habitantes de la Ciudad de México por edad y sexo



Fuente: INEGI (2020)

Micro Segmentación

La empresa tiene como finalidad realizar los siguientes tipos de segmentación primero comenzará con el demográfico ya que ahí se explicaremos exactamente el mercado objetivo que se dirige el producto que estamos ofreciendo y esta población es de hombres y mujeres entre 18 a 60 años de edad que estén requiriendo adquirir un producto refrescante que a su vez ayude con salud brindado un plan saludable y dietético pasando por cualquier etapa de ciclo familia como soltero (a), casado (a), divorciado (a), viudo (a), etc., y actualmente la población entre esas edades es del 45.5% de la población inicial, es decir 4'057,987 de habitantes aproximadamente.

La segunda segmentación será la psicográfica, donde podemos observar en la tabla 15 que se detalla el estilo de vida, clases social e intereses, debido que nos estaremos dirigiendo a hombres y mujeres que posee un estilo de vida saludable y dietético que se preocupa por la salud y su apariencia física.

Tabla 15 Segmentación Psicográfica

SEGEMENTACION PSICOGRAFICA	
Estilo de Vida	Personas que desean un estilo de vida saludable y dietética.
Clase Social	Sector A, B y C
Intereses	Adquirir un producto 100% natural que sea refrescante e hidratante con bajas calorías, ayudando a la salud de una forma salubre y dietético.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Segmentación Conductual

SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL	
Momentos de uso	Consumirlo diariamente durante el día.
Beneficios buscados	Personas que buscan consumir productos naturales de alta calidad con menos calorías ayudando a su plan saludable y dietético.
Nivel de consumo	Frecuente

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Tendencias de consumo

Las tendencias de consumo estudian aquellos cambios de comportamiento en los grupos humanos donde interactúan los consumidores con las marcas de productos y servicios.

Según MINCENTUR, nos brinda información sobre las tendencias del mercado mexicano de alimentos y bebidas, de las cuales son:

- Los consumidores están más conscientes de la correlación entre los problemas de salud y una alimentación poco saludable. La obesidad se ha convertido en un problema en México. Un 40,8% de los mexicanos mayores de 15 años tienen sobrepeso y un 32,2% tiene obesidad para un gran total del 73%, ubicando al país en segundo lugar mundial.
- México ocupa el primer lugar en obesidad infantil con un 30% aproximado del total de menores de 15 años.
- Una de las causas que han llevado al país a esta situación es el consumo excesivo de comida empacada, fuera del marco de una dieta balanceada, donde el país ocupa el décimo lugar a nivel mundial. De los productos procesados, más del 40% del

total de ventas de comida empacada son productos panificados: Pan, tortillas, pasteles, galletas, pastelitos. Si bien ningún producto es responsable por sí mismo, sino su consumo en cantidades excesivas, el crecimiento del mercado de bebidas carbonatas, tendencia que se mantendrá hasta el año 2015, no ayuda a mejorar la situación.

- En cuanto a la ingesta de alimentos frescos en el país (incluyendo vegetales), es de tan sólo 272,6 kilogramos anuales por persona, lo que ubica al país en el lugar 74, de un ranking de 207 países.

- Ante la problemática, la industria ha tenido una respuesta que va desde la reformulación de productos y/o sustitución de ingredientes, la reducción en el tamaño de los empaques y enfoque en canales de distribución que apuntan a consumidores de bajo nivel adquisitivo.

MINCENTUR nos indica que México se encuentra en tercera posición mundial en consumo de refrescos y ante la tasa de diabetes más alta del mundo y una de las más altas también en cuanto a obesidad, las refresqueras ven en los productos sin azúcar una fuente importante de ingresos. Bebidas como el té listo para consumir creció en un 13% el último año. Esta bebida es sólo un ejemplo ya que se registraron importantes crecimientos en las categorías de jugos naturales y otras bebidas con menores cantidades de azúcar. Las empresas tienden a la ampliación de sus carteras de marcas de bebidas sin azúcar, utilizando los canales de distribución para imponerlas en diversas partes del país.

Si bien es cierto que el jugo natural va a contener menos azúcar que un jugo envasado y por consecuencia es más sano, al 26% de los mexicanos si les preocupa lo

que dicen las etiquetas sobre calorías, incluso les gustaría que se fomentara un programa de alimentación incentivado por las principales marcas vendidas en el país.

A continuación, según la encuesta cuantitativa de Mercawise en México nos brinda información sobre la tendencia que tienen en México, en cuanto a la aceptación de un nuevo producto en el mercado y si la bebida a consumir aporta un programa dietético. Estos dos puntos son básicos e importantes debido a la situación que nos presentaremos y características que poseerá nuestro jugo natural de Pitahaya (DRAGON JUIUCE).

Figura 7 Ficha técnica de la encuesta

Ficha técnica de la encuesta	
Naturaleza metodológica:	Cuantitativa
Método de recolección de datos:	Entrevista personal Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI).
Tipo de cuestionario:	Estructurado
Ámbito Geográfico del Universo:	México
Universo:	Usuarios de Mercawise en México
Tamaño de la muestra:	100 unidades muestrales válidas
Tipo de muestreo:	Muestreo aleatorio simple
Margen de error:	aprox. 9,80% para un Nivel de confianza de 95%. (Universo >100.000).
Fecha de inicio de recolección de datos:	29/09/2014
Fecha de finalización de la encuesta:	29/09/2014

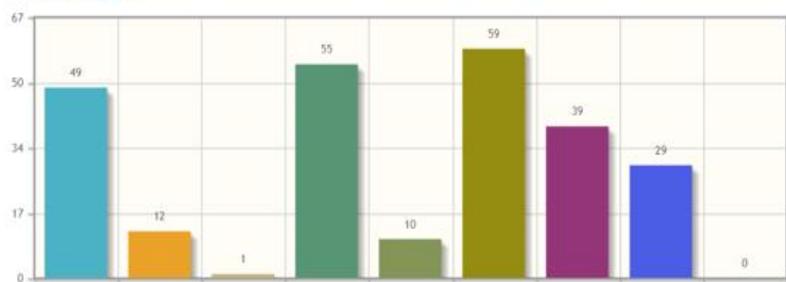
Fuente: Mercawise

Figura 8 Resultados de estudio de mercado

¿Qué te motivaría a probar un nuevo producto?



Resultados:



Que el empaque esté padre Que lo anuncien en la tele Que lo anuncien en radio Que me lo recomiende un amigo Que esté en oferta Que lo pueda probar antes de comprarlo Que tenga un sabor nuevo Que sea de una de las marcas que consumo No me gusta probar nuevos productos

Que el empaque esté padre	49	49%
Que lo anuncien en la tele	12	12%
Que lo anuncien en radio	1	1%
Que me lo recomiende un amigo	55	55%
Que esté en oferta	10	10%
Que lo pueda probar antes de comprarlo	59	59%
Que tenga un sabor nuevo	39	39%
Que sea de una de las marcas que consumo	29	29%
No me gusta probar nuevos productos	0	0%

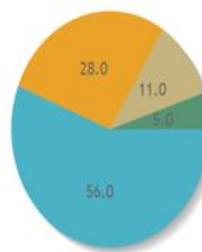
Fuente: Mercawise

Figura 9 Resultados de estudio de mercado

¿Te gustaría que tus bebidas te ofrecieran un programa de dieta para mantenerte sano?



Resultados:



Sí, me encantaría	56	56%
Probablemente	28	28%
No creo que le pondría atención	11	11%
No, gracias	5	5%

Fuente: Mercawise

3.3.- Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

Según la página web de SIICEX, nos brinda información sobre las principales empresas que exportan bebidas hacia el mercado mexicano, sin embargo, éstas empresas no son competidores directos debido que brindan otro tipo de bebidas. En la siguiente tabla 17 visualizaremos principales empresas exportadoras de bebidas hacia México.

Tabla 17 Principales empresas exportadoras de bebida hacia México

Ruc	Empresa
20503644968	BODEGA SAN ISIDRO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20222335052	DESTILERIAS UNIDAS S.A.C
20100097746	SANTIAGO QUEIROLO S.A.C.
20216789611	VIÑA TACAMA S.A.

Fuente: SIICEX

Para el análisis de la Oferta en el mercado destino, se puede deducir que no hay distribuidores ni marcas que operen en nuestro país en el cual podamos competir directamente de acuerdo a jugos naturales de fruta. Según la tabla 17, nos reportan empresas que brindan otro tipo de bebidas como es el caso de aguardientes, vinos, piscos, ron, vodka, etc.

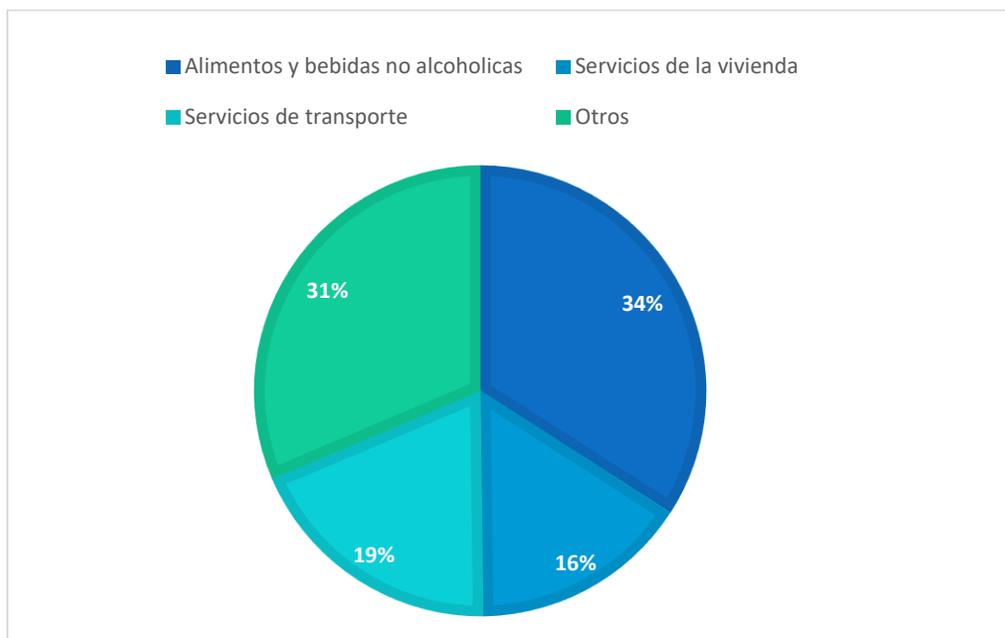
3.3.2 Análisis de la demanda

ANPRAC (Asociación Nacional de Productos de Refrescos y Aguas Carbonatadas), es una asociación nacional mexicana, comprometida con la industria de bebidas, preservando el medio ambiente asimismo como la calidad de vida de los mexicanos.

Según ANPRAC, nos indica cuatro iniciativas para tomar en cuenta sobre la industria de bebidas en México, las cuales son:

- **SABEMOS BIEN:** Seguir con formando parte de la convivencia y tradiciones de los mexicanos, formar parte del desarrollo económico del país y desarrollar una oferta que responda a cada uno de los distintos estilos de vida de los consumidores.
- **SABEMOS EVOLUCIONAR:** En forma constante, seguir evolucionando ofreciendo productos de la más alta calidad, sabor y seguridad.
- **SABEMOS RECICLAR:** México es líder en el acopio y reciclaje de PET a nivel Latinoamericano y es líder mundial en reciclado de botella a grado alimenticio.
- **MOVIMIENTO POR UNA VIDA SALUDABLE:** México forma parte de MOVISA (Movimiento por una vida saludable), que incluye la acción y comunicación en favor a hábitos de vidas saludables.

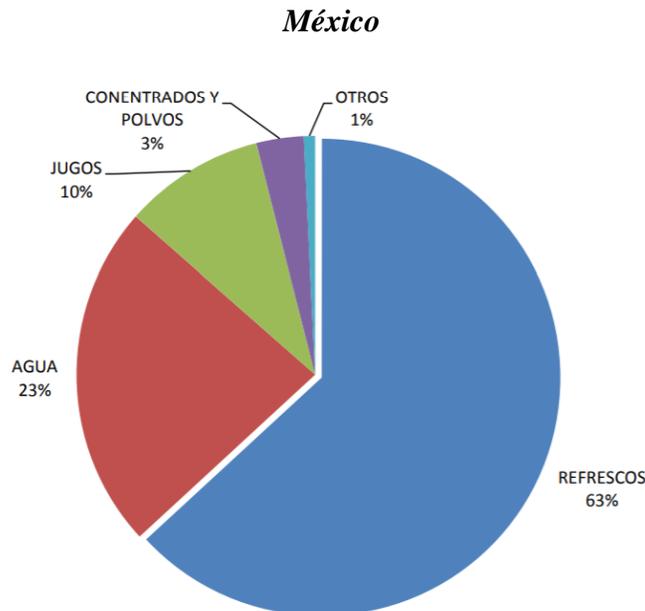
Figura 10 Gastos de los Hogares en México



Fuente: Elaboración propia según datos de ENIGH, 2014

Según la figura 10, se detalla que en los hogares de México destinan cerca de un 70% de recursos para la adquisición de bienes y servicios, relacionados con tres grandes rubros: para la alimentación y bebidas no alcohólicas en un 34.1%, para los servicios de vivienda en un 15.7% y para los servicios de transporte y comunicaciones en un 18.8%. Deduciendo de tal resultado, gran parte de sus ingresos lo utilizan para una buena alimentación, asimismo una buena calidad de vida y salud.

Figura 11 Distribución del gasto del hogar en las bebidas no alcohólicas más relevantes en



Fuente: ENIGH (2014)

Según la figura 11 muestra el peso que tiene cada una de las bebidas dentro del presupuesto de los hogares que destinan en bebidas no alcohólicas. Cabe resaltar que el consumo de jugos es un 10%, encontrándose dentro de los tres primeros tipos de bebidas no alcohólicas más consumidas en México. Tomando en cuenta que nuestro producto será refrescante y tiene como valor agregado de ser consumido dentro de un plan dietético, la demanda podría llegar a ser mayor del esperado por las grandes diferencias que se destacará DRAGON JUICE en comparación de las demás.

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

La estrategia es un plan general para lograr uno o más objetivos a largo plazo o generales en condiciones de incertidumbre. A continuación, presentaremos 3 estrategias

que realizaremos para el proyecto del jugo natural de Pitahaya hacia la Ciudad de México - México:

3.4.1 Estrategias de segmentación

El mercado destino escogido es México debido que los productos de bebidas naturales son muy consumidos por los ciudadanos mexicanos. Según ENIGH (Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares), nos indica que las familias mexicanas destinan un gasto de 10% para el consumo de jugos naturales, con estos datos nosotros podemos darnos cuenta la importa que tendrá nuestro producto dentro de éste mercado.

Adicionalmente, el jugo natural de Pitahaya, no es sólo una bebida no alcohólica de consumo refrescante con bajas calorías, sino también ayuda en poder llevar a su vida diaria un plan dietético con beneficios de una vida saludable. De acuerdo a este valor adicional que tiene nuestro producto hemos ido analizando sobre el consumo de productos saludables en México. Según la Revista Forbes México (2019), los mexicanos destinan entre un 8% y 26% del gasto a productos catalogados como light, saludable, orgánicos y funcionales.

Según OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), alertó e indicó un porcentaje de 40% de los adultos mexicanos que tendrán obesidad para el año 2030, principal factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades crónicas que representan 7 de las 10 principales causas de muerte, siendo las más relevantes la

diabetes y enfermedades del corazón. Tras ésta información, podremos incentivar a la población mexicana el consumo de nuestro jugo natural de Pitahaya, poniendo énfasis a las propiedades y nutrientes que llegarán a consumir en la bebida.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento es un proceso que toda empresa buscan que sus productos con sus marcas sean reconocidos en el mercado destino o segmento donde está dirigido, asimismo lograr que durante el tiempo las marcas se mantengan y que el consumidor final se sienta identificado con éstos.

La empresa Natural Frutperu S.A.C. está ofreciendo un producto natural de alta calidad, innovador de una fruta que es poco conocida en el mundo con un sabor diferente a los demás, proporciona vitaminas B, C y E, con bajas calorías, aporta a un plan dietético, asimismo ayuda eliminar las grasas y controla el apetito. Buscaremos lograr que nuestro producto logre un posicionamiento en la mente del consumidor resaltando las bondades y atributos que posee nuestro producto. Los posicionamientos que tomaremos en cuenta para nuestro producto serán:

Figura 12 Estrategias de posicionamiento de Natural Frutperu S.A.C.



Fuente: Elaboración propia.

3.4.3 Estrategias de distribución

La empresa Natural Frutperu S.A.C. mediante su estrategia de penetración en el mercado mexicano, se está enfocando en ofrecer sus productos mediante alianzas estratégicas con distribuidores reconocidos en el país destino, los cuales han sido evaluados con ponderación de posicionamiento, condiciones de pago, marcas reconocidas y capacidad de distribución.

Tabla 18 Segmentación Conductual

	POSICIONAMIENTO	MARCAS CONOCIDAS	CONDICIONES DE PAGO	CAPACIDAD DE DISTRIBUCIÓN
Pulpas y Extractos Esmeralda	2	2	3	3
Alimentos y Bebidas de Orizaba, S.A.	4	3	3	3
Belticos, S.A.	3	3	3	3
Benefrut, S.A.	2	2	3	3
Fruta Fresca, S.A.	4	4	4	4

POSICIONAMIENTO DE MERCADO	
1	Nadie lo conoce
2	Poco conocido
3	Regular reconocimiento
4	Muy conocido

MARCAS CONOCIDAS	
1	De 1 a más
2	De 2 a más
3	De 4 a más
4	De 6 a más

CONDICIONES DE PAGO	
1	Crédito 60 días
2	50% adelanto, 50% 30 días
3	50% adelanto, 50% 15 días
4	Contado

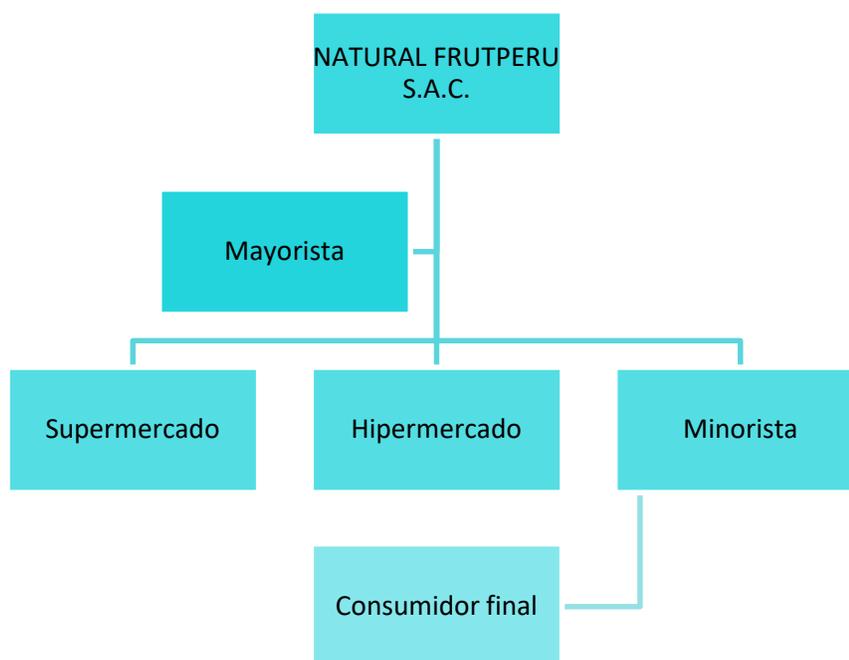
CAPACIDAD DE DISTRIBUCIÓN	
1	Poca
2	Regular
3	Alta
4	Bastante alta

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla 18, Fruta Fresca S.A. fue seleccionado como uno de nuestro principal distribuidor debido a que tiene puntos a favor sobre los criterios evaluados. Para la selección de éste distribuidor se ha tomado en cuenta que se encuentra operando dentro

de la ciudad del mercado objetivo (Ciudad de México), es un proveedor que está dedicado al comercio exterior de importaciones y exportaciones de alimentos y bebidas, brindando condiciones de compra factibles para el inicio de éste proyecto y está en constante búsqueda de nuevos desarrollos como los canales de distribución para poder llegar al consumidor final.

Figura 13 Canales de distribución en el mercado mexicano



Fuente: Elaboración propia

En la figura 13, se detalla los canales de distribución para el jugo natural de Pitahaya que se ofertará en el mercado mexicano, en primera instancia lo manejaremos con mayoristas, ellos se encargarán de hacer llegar el producto a los supermercados, hipermercados y minoristas, para que finalmente el consumidor final lo pueda adquirir comprando en éstas tiendas.

3.5.- Estrategias de Promoción

La empresa Natural Frutperu S.A.C. buscará introducir, posicionarse y consolidar la oferta de los jugos naturales de Pitahaya en el mercado mexicano. Para empezar a promocionarnos lo haremos a través de ferias internacionales, herramienta de marketing que busca de ésta forma que la empresa se haga conocida por su gran producto novedoso de una fruta poco conocida para muchos en el mundo, asimismo se proporcionará muestras en envases pequeños para que puedan degustar del nuevo producto en el mercado.

Las ferias más importantes que debemos tener en cuenta para poder ofrecer el jugo natural de Pitahaya es según el cuadro que nos presenta MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo):

Tabla 19 Listado de ferias en la Ciudad de México

SECTOR	FERIA	LUGAR	FECHA	ENLACE
Alimentación	Gourmet Show México	México DF	Setiembre	www.tradex.mx/web/gourmet-show/home.html
Alimentación	Alimentaria México	México DF	Junio	www.alimentaria-mexico.com
Alimentos naturales y ecológicos. Terapias naturales y medicina alternativa	Expo Internacional Naturista ANIPRON México D.F.	México DF	Febrero	www.anipron.org.mx
Alimentos	Tecno Alimentos Expo México	México DF	Junio	www.expotecnoalimentos.com
Alimentación - Gastronomía	International Food Technology Summit & Expo México	México DF	Setiembre	www.foodtechnologysummit.com
Alimentos, Restaurantes.	Millesime México: Feria Gastronómica	México DF	Noviembre	www.millesimemexico.com

Fuente: Elaboración propia según información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

En la tabla 19 se detalla un listado de ferias sólo en la Ciudad de México referente a un sector de alimentación y productos naturales, tal listado es importante para Natural Frutperu S.A.C. debido que nuestro producto se encuentra dentro de éste sector, de tal manera podremos tener en cuenta las fechas y números de ferias que podremos asistir para dar a conocer nuestro producto novedoso en el mercado mexicano para ser más exacto en la Ciudad de México.

Adicionalmente, a la presentación física de nuestro producto en las ferias, realizaremos la entrega de unas tarjetas de presentación para poder establecer contacto, comunicación y reuniones con quien se identifica una oportunidad de negociación, asimismo informarle brevemente a qué se dedica la empresa y los beneficios que tiene el consumir el jugo natural de Pitahaya. A continuación, se mostrará una atractiva Business Card que se mandará a realizar para las presentaciones en las ferias.

Figura 14 Business Card de Natural Frutperu S.A.C.



Fuente: Elaboracion propia.

3.6.- Tamaño de planta. Factores condicionantes.

La producción de jugo natural de Pitahaya se llevará a cabo de materia prima proveniente de grandes productores de Pitahaya. Los proveedores que tendremos para la obtención de la fruta serán productores de la zona de Huaral, siendo una zona relativamente cerca y directa para despacho hacia nuestro proveedor maquilador PROCEFRUT PERU S.A.C. que se encuentra ubicado en La Molina, siendo un punto con acceso más directo para el traslado final del producto al Puerto del Callao.

La primera alianza estratégica la realizaremos con los productores de Pitahaya en Huaral, tendremos como principal proveedor a productores como la señora Veronikha Portilla Bejarano y CORPORATION ABREGU S.A.C., proveedores que nos facilitará la materia prima (fruta Pitahaya) hacia la planta de nuestro maquilador ubicado en La Molina para su respectivo procesamiento.

Por otro lado, estableceremos una segunda alianza estratégica, con el proveedor de envases y embalajes, ETISA nuestro proveedor de envases PET para una protección correcta de nuestro producto y transportación.

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

La empresa Natural Frutperu S.A.C. tiene como finalidad la distribución de jugos naturales de Pitahaya hacia la Ciudad de México, una distribución que nuestro producto se encuentre a disposición del cliente en el momento y lugar adecuado.

El jugo natural de Pitahaya tendrá una forma física líquida obtenido de la pulpa de la fruta, con una sugerencia de protección de calor y luz solar, asimismo la sugerencia de conservación en lugar limpio, fresco, seco y lejos de aromas agresivos.

4.1.1. ENVASE

El envase o embalaje primario de un producto sirve para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar la fase final de un producto. En el mercado mexicano existen variedades de envases para la venta de jugos naturales, en éste caso el envase primario de los jugos naturales de Pitahaya será de plástico PET, de uso fácil y práctico para el consumidor final, asimismo éste permitirá preservar, cuidar y mantener las propiedades y bondades que brindará nuestro producto.

En la siguiente figura 15 visualizaremos el envase del jugo natural de Pitahaya que la empresa Natural Frutperu S.A.C. presentará con la marca de DRAGON JUICE, ofreciendo al consumidor de la Ciudad de México, envase de única presentación de 400mL.

Figura 15 Envase de jugos natural de Pitahaya DRAGON JUICE



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al envase presentado que utilizaremos para el jugo natural de pitahaya, indicaremos en la siguiente tabla 20, las características físicas del envase; características que mencionarán serán: tipo de envase, contenido y color del envase.

Tabla 20 Característica física del envase de DRAGON JUICE

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ENVASE	
ENVASE:	Botella de plástico PET
CONTENIDO:	Presentación de 400mL
COLOR:	Transparente

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. EMPAQUE

El empaque o empaque secundario es el encargado de vestir y contener el envase que hemos descrito en el punto anterior. Para el jugo natural de Pitahaya hacia el mercado mexicano tendrá un empaque secundario que exhibe, identifica y facilita la venta del producto a exportar. El empaque utilizado será film retráctil transparente envolviendo 6 botellas de jugos naturales de Pitahaya de 400mL cada una, éste tipo de empaque es ampliamente utilizado en la industria de las bebidas facilitando un rápido embalaje y distribución.

En la siguiente figura 16 presentaremos una imagen referencial del empaquetado que realizaremos para luego proceder con el embalaje del producto.

Figura 16 Empaquetado de los envases de jugos natural de Pitahaya



Fuente: Elaboración propia

4.1.3. EMBALAJE

El embalaje o embalaje terciario es el encargado de almacenar, proteger, conservar y transportar varias unidades del mismo producto en grandes cantidades. En el caso del jugo natural de Pitahaya hacia el mercado mexicano, después de empaquetados en film retráctil, embalaremos en una caja de cartón corrugado 4 six pack de jugos; éste tipo de cartón corrugado lo tomaremos en cuenta para el embalaje por ser ideales a su gran protección de caídas, golpes, vibraciones, etc. Asimismo, son utilizados principalmente para la distribución de productos pesados, frágiles o voluminosos.

En la siguiente figura 17 visualizaremos cómo se verá el embalaje interno de las 24 unidades, es decir los 4 six pack de las botellas de jugos naturales de Pitahaya dentro de la caja de cartón corrugado con medida de 38cm de largo, 28cm de ancho y 18cm de alto, y peso bruto aproximado de la caja es de 306g. La caja de cartón corrugado tendrá impreso los símbolos ISO para embalajes, nombre de la empresa, puerto de destino, logo de nuestro producto y una pequeña información del contenido.

Figura 17 Embalaje de los envases de los jugos naturales de Pitahaya



Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla 21, detallaremos las características físicas del embalaje que utilizaremos para el jugo natural de Pitahaya hacia la Ciudad de México:

Tabla 21 Característica física del embalaje del jugo natural de Pitahaya

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL EMBALAJE	
ENVASE:	Caja de cartón corrugado
MEDIDAS:	Largo 38cm, ancho 28cm y altura 18cm
COLOR:	Marrón
PESO:	306 g
CONTENIDO:	24 envases de 400mL

Fuente: Elaboración propia

4.2. Diseño del rotulado y marcado

El rotulado y marcado es importante para la distribución física internacional debido que facilita el poder identificar rápidamente cada pieza de la carga, pronta localización en las bodegas y agiliza el proceso de confrontar cantidades físicas. En los siguientes puntos indicaremos el rotulado y marcado que llevará nuestro jugo natural de Pitahaya hacia la Ciudad de México.

4.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado es la descripción o gráfica que se haya escrito, impreso, marcado o adherido al producto, envase o empaque, con el propósito de informar al consumidor sobre las características de un alimento. Tiene por objeto suministrar al consumidor sobre las características particular de un producto, la forma de elaboración, conservación, sus propiedades y el contenido.

La norma NOM051-SCFI / Salud1-2010, "Especificaciones generales para el etiquetado de alimentos pre envasados y bebidas no alcohólicas", establece los requisitos específicos para el etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados para la venta directa a los consumidores en México.

En México, según la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), indica que aquellos alimentos y bebidas no alcohólicas deberán exhibir un etiquetado al frente del producto donde indiquen las calorías que contiene, así como un sello de calidad nutricional. Adicionalmente, debe contar con etiquetado nutricional, el cual debe indicar el contenido de "Grasa saturada", "Otras grasas", "Azúcares totales", "Sodio" y "Energía", etc.

En la figura 18 visualizaremos las representaciones gráficas de etiquetado nutricional por envase para alimentos y bebidas no alcohólicas que se va a considerar para nuestro jugo natural de Pitahaya para el mercado mexicano.

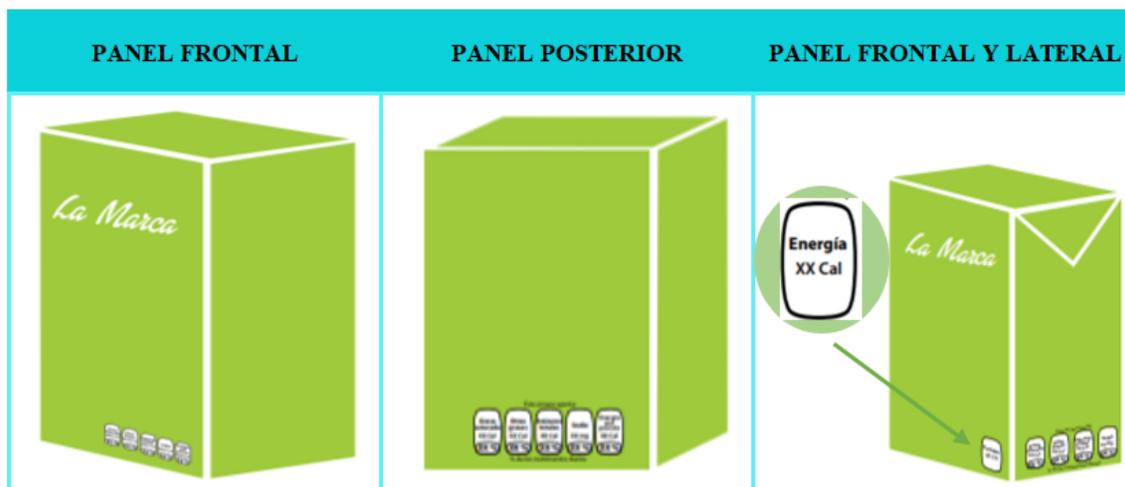
Figura 18 Representación gráfica de etiquetado nutricional por envase



Fuente: Elaboración propia

En la figura 19 se podrá visualizar la posición que debe tener los íconos en los envases para alimentos y bebidas no alcohólicas según la norma NOM051-SCFI / Salud1-2010 del estado mexicano, norma que se debe analizar para un correcto etiquetado. Los íconos deben ser de color blanco y negro y en mismo orden que se visualiza en la siguiente figura.

Figura 19 Posición de íconos en los envases para alimentos y bebidas no alcohólicas



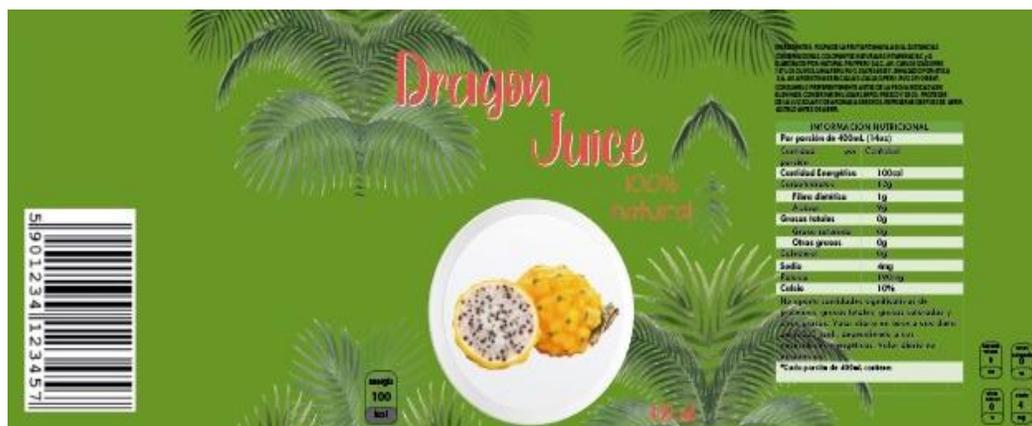
Fuente: Elaboración propia en base a COFEPRIS (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios)

Natural Frutperu S.A.C., de acuerdo a la norma NOM051-SCFI / Salud1-2010 del estado mexicano, tomará en cuenta lo establecido para poder realizar un correcto rotulado de nuestro jugo natural de Pitahaya. Los puntos que se tomarán en cuenta para elaborar nuestro rotulado son los siguientes:

- Nombre del producto
- Nombre de la marca
- Nombre del fabricante y Registro Unico de Contribuyet (RUC)
- Lista de ingredientes
- Fecha de producción y vencimiento
- Información nutricional
- Contenido del sistema métrico
- Lote de producción
- País de fabricación
- Instrucción de uso y almacenamiento
- Contenido neto del producto
- Código de barras

En la figura 20 presentaremos el diseño de la etiqueta que llevará nuestro envase de plástico PET de 400mL que va a contener el jugo natural de Pitahaya.

Figura 20 Diseño y contenido de etiqueta **DRAGON JUICE**



Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, en la figura 21 estamos presentando la información nutricional de nuestro producto, información que deberá considerar el consumidor mexicano para darse cuenta la diferencia de lo saludable que será consumir el jugo natural de Pitahaya DRAGON JUICE.

Figura 21 Información nutricional de **DRAGON JUICE**

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Por porción de 400mL (14oz)	
Cantidad por porción	Cantidad
Cantidad Energético	100cal
Carbohidratos	12g
Fibra dietética	1g
Azúcar	9g
Grasas totales	0g
Grasa saturada	0g
Otras grasas	0g
Coolesterol	0g
Sodio	4mg
Potasio	190mg
Calcio	10%
No aporta cantidades significativas de proteínas, grasas totales, grasas saturadas y otras grasas. Valor diario en base a una dieta de 20000 kcal., dependiendo a sus necesidades energéticas. Valor diario no establecido.	
*Cada porción de 400mL contiene:	
Azúcares Totales	9 mg
Grasa Saturada	0 mg
Otras Grasas	0 mg
Sodio	4 mg

Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Diseño del marcado

El marcado es la forma de poder identificar cada pieza de la carga sin equívoco, para aquellos que manipulen durante el transporte, sin dudas del lugar destino y modo de manipularla, de tal manera que pueda llegar al destino correcto en condiciones óptimas.

La Asociación Internacional para la coordinación del Manejo de Carga Internacional en el año 1962, detalló aquellos elementos que deberían figurar en las marcas, siendo éstos los siguientes que se detallarán en la tabla 22.

Tabla 22 Tipos de marcas para envases y embalajes

TIPOS DE MARCAS	ELEMENTOS A FIGURAR
Marcas estándar o principales	Nombre y dirección del consignatario. Número de Referencia Puerto o aeropuerto de descarga País y lugar de Descarga.
Marcas informativas o adicionales	Número de cada bulto, en un lote Peso Bruto y Neto Dimensiones Puerto o aeropuerto de carga País de carga Vehículo Contenido.
Marcas de manipuleo o auxiliares	Instrucciones para el manipuleo mediante el uso de símbolos internacionalmente aceptados que advierten peligro, fragilidad, contenido, etc. Para una aplicación del marcado se deben tener en cuenta la norma ISO 7000 Siempre que sea posible se debe utilizar el sistema métrico. Los materiales que se usan son: pintura indeleble, rótulos, placas, entre otros). Debe cumplirse con las características de legibilidad, localización, suficiencia y conformidad.

Fuente: Elaboración propia,

Para nuestro diseño de marcado, tomamos en cuenta adicionalmente La Norma Oficial Mexicana NMX-EE-059- NORMEX-2000 "Símbolos para manejo transporte y almacenaje", en el cual establece símbolos que representan aquellas instrucciones de manejo, transporte y almacenaje, aplicable a los envases y embalajes que contengan productos en general.

En la figura 22 podremos observar el marcado y rotulado que tendrán nuestras cajas para la exportación de los jugos naturales de Pitahaya hacia el mercado mexicano, teniendo en cuenta que debe estar en el idioma del país destino (México).

Figura 22 Marcado y rotulado de las cajas de DRAGON JUICE



Fuente: Elaboración propia

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

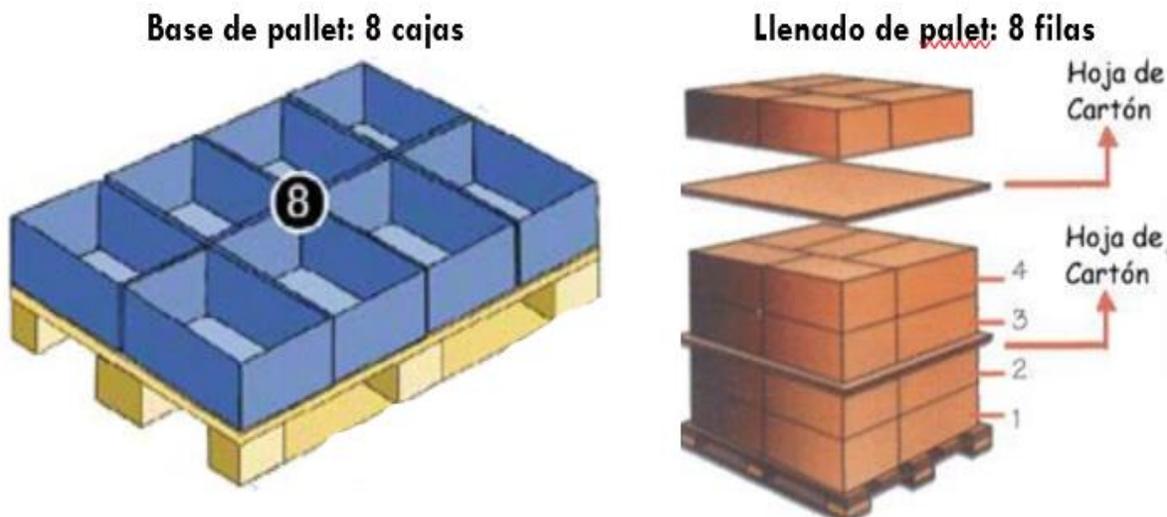
4.3.1. Unitarización

De acuerdo a nuestro proyecto del jugo natural de Pitahaya hacia el mercado mexicano, nuestra empresa Natural Frutperu S.A.C. realizará la unitarización de la mercadería en unidades superiores de carga con el fin de poder facilitar el transporte, conservando la integridad durante el tiempo de su movilización.

La decisión de unitarización para nuestra mercadería será de pallet estándar de dos entradas; de ésta manera nuestra unitarización permitirá disminuir costos de carga y descarga debido que se podrá manipular de manera eficaz y rápida por el montacargas en un menor tiempo.

En la siguiente figura 23 se podrá observar que nuestra paleta tendrá 8 cajas por fila y se apilarán 8 filas, teniendo en cuenta que cada dos filas se colocará una hoja de cartón para un mayor soporte y así evitar ruptura y/o daño de la mercancía. En total el pallet contendrá 64 cajas y serán envuelto con film, adicionalmente se contará con esquineros para tener mayor soporte.

Figura 23 Embalaje de mercancía en pallet



Fuente: Elaboración propia

4.3.2. Cubicaje de la carga

El cubicaje consiste en poder llevar mayor cantidad de carga para aprovechar la capacidad del transporte al máximo, siempre y cuando respetando la normatividad y capacidad del contenedor en nuestro caso. La importancia del cubicaje en nuestro caso como exportadores del jugo natural de Pitahaya, es poder tener un bajo costo de operación de todo proceso de suministro involucrado, asimismo evitar todo el riesgo de tener mermas por un mal acomodo de mercancías y tener un proceso de distribución más ágil.

Natural Frutperu S.A.C. tomará en cuenta los siguientes detalles y medidas de sus envases y embalajes para un correcto cubicaje de las botellas de plástico PET de los jugos naturales de Pitahaya hacia el mercado mexicano:

Tabla 23 Medidas el envase de DRAGON JUICE

Contenido de envase	Medidas el envase
400mL de jugo natural de Pitahaya	Altura 16cm y diámetro de 6cm

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 Medidas de la caja de DRAGON JUICE

Largo	Ancho	Alto	Peso Neto	Peso Bruto
38cm	28cm	18cm	10.600 kg	10.906 kg

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25 Medidas de la pallet Europeo de DRAGON JUICE

Largo	Ancho	Alto	Peso
1.2m	0.8m	15cm	12 kg

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26 Medidas del contenedor de 20 pies para exportación de DRAGON JUICE

Largo	Ancho	Alto
595cm	245cm	239cm

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las tablas anteriores (N°23, 24, 25 y 26) podremos decir lo siguiente:

- Caja de cartón (38cm x 28cm x 18cm): Contendrá 24 botellas de 400mL
- Palett Europeo (1.2m x 0.8m x 15cm): Contendrá como base 8 cajas de cartón
- Apilamiento: Contendrá 8 filas de cajas de cartón
- Elevación montecargas: 8cm

Entonces:

Altura de contenedor (239cm) – Altura de Pallet Europeo (15cm) – Elevación montecargas (8cm) = 216cm que se cuenta para poder acomodar los pallets dentro del contenedor de 20 pies.

Finalmente:

Altura a utilizar (216cm) / Altura de cada caja (18cm) = 12 filas de cajas que podríamos apilar para utilizar toda la altura del contenedor. Sin embargo, por resistencia de las cajas, se ha optado apilar sólo 8 filas de cajas.

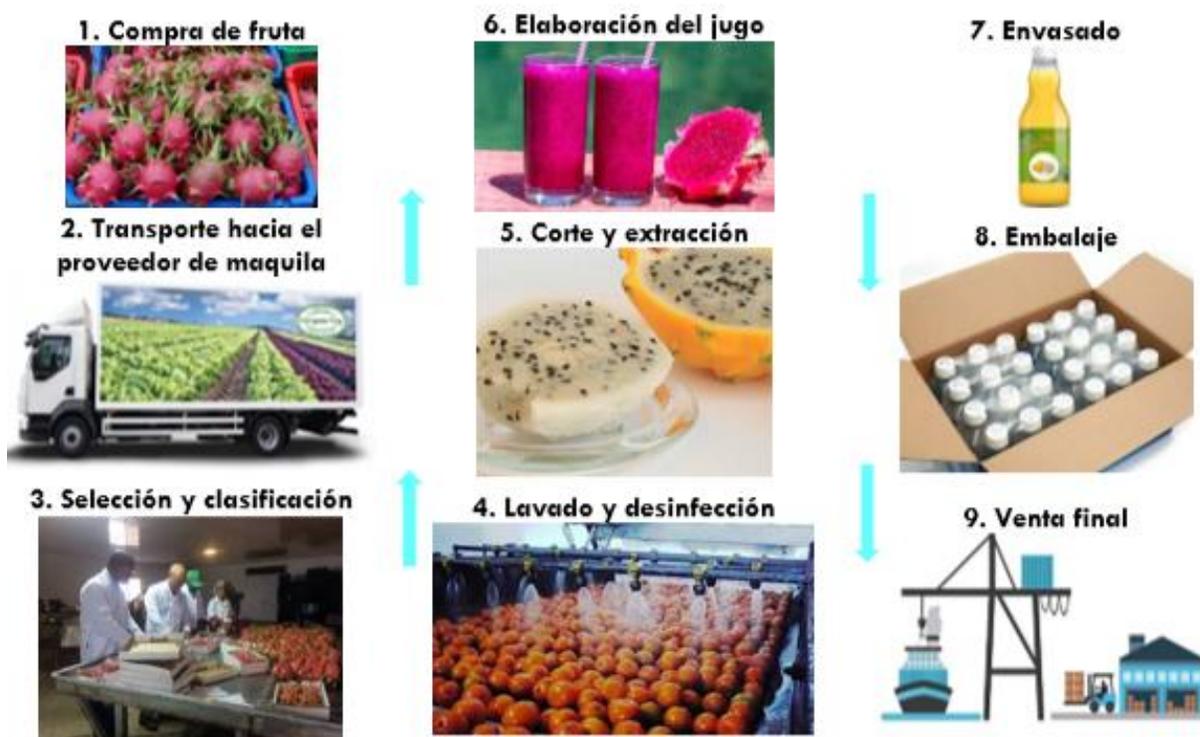
4.4. Cadena de DFI de exportación

La cadena de Distribución Física Internacional (DFI) son un conjunto de operaciones para desplazar la carga desde el productor hacia el importador. De acuerdo a la cadena DFI de exportación, se compone principalmente de dos procesos:

- **Proceso logístico de producción**

La empresa Natural Frutperu S.A.C. cuenta con los siguientes pasos principales de producción que detallaremos a continuación en la figura 24 sobre el jugo natural de Pitahaya.

Figura 24 Proceso logístico de producción de DRAGON JUICE



Fuente: Elaboración propia

- **Proceso logístico de exportación**

Para el proceso logístico de exportación del jugo natural de Pitahaya hacia la Ciudad de México, se realizará de acuerdo a lo que se observa en la figura 25. Proceso en el que Natural Frutperu S.A.C. le es imprescindible la colaboración entre empresas que participarán en una misma cadena logística, debido que podremos reducir costos, minimizar existencias, optimizar recursos logísticos, asegurar la trazabilidad y disponibilidad del producto y poder garantizar la entrega en el momento y lugar requerido.

Figura 25 Proceso logístico de exportación de DRAGON JUICE



Fuente: Elaboración propia

4.5. Seguro de las mercancías

El seguro de mercancía que actualmente todas las empresas que estrechan lazos comerciales de un país a otro están haciendo efectiva la compra de una póliza flotante para el transporte de mercancías dado que de esa manera se busca proteger las mercancías que se encuentran en tránsito en caso de robo, accidente del medio de transporte, avería del aparato frigorífico, excesos y defectos de frío, transporte subcontratado, mala estiba, diferencia de embalaje, reclamación a terceros.

Actualmente, en nuestro país (Perú) existen 4 aseguradoras, que están fuertemente posicionadas, las cuales son las siguientes:

- Rímac seguros y Reaseguros
- Positiva Seguros
- Pacifico Seguros
- Mapfre

Actualmente se busca flexibilidad en Contratación, coberturas que dan frente a pérdidas y/o daños que puedan sufrir tus bienes durante el transporte y asesoría directa e in situ de Administración de Riesgos. En nuestro proyecto el seguro será asumido por el comprador del país destino, es decir nuestro cliente mayorista (importador) será quien se haga responsable de asegurar la carga debido que nuestro acuerdo comercial acaba en el embarque de la mercancía.

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1.- Fijación de precios

Para nuestro proyecto de exportación de jugo natural de Pitahaya hacia la Ciudad de México, tomaremos en cuenta los costos y precio que serán necesarios estipularlos en beneficio que se pueda garantizar la sustentabilidad financiera de la empresa, y estando competentes para el mercado destino.

5.1.1 Costos y precio

Natural Frutperu S.A.C., según su importador para poder atender al público de la Ciudad de México, arriesgará tomando en cuenta los 9 millones de personas que hay en total aproximadamente para considerar la venta al público de dos botellas por cada uno, es por ello que nuestro importador ha considerado comprar un contenedor de 20 pies que va a constar de 18,432 envases de 400mL de jugos naturales de jugo de Pitahaya.

A continuación, en la tabla 27 y 28 veremos la información logística que tendrá la exportación de DRAGON JUICE hacia la Ciudad de México ya sea por contenedor o por pallets.

Tabla 27 Información logística de exportación por contenedor de DRAGON JUICE

FCL 20PIES	1
Cantidad de pallets	12 und
Cajas en pallet	64 und
Botellas en caja	24 und
Peso de cada caja	10.906 Kg
Peso de caja pallet	697.984 Kg
Peso total de contenedor	8,375.808 Kg
Envase 400mL	18,432

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28 Información logística de exportación por pallet de DRAGON JUICE

Pallet	1
Cajas en pallet	64 und
Botellas en cajas	24 und
Peso cada caja	10.906
Peso cada pallet	697.984 Kg
Envase 400mL	1,536

Fuente: Elaboración propia

Luego de conocer la información logística de nuestro contenedor y pallet, pasaremos a visualizar la tabla 29, cotización que nos brinda la agencia de aduana CASOR ADUANEROS S.A.C., la cual será con la que trabajaremos para nuestra exportación de los jugos naturales de Pitahaya.

Tabla 29 Cotización de agencia de aduanas CASOR ADUANEROS S.A.C.



COTIZACION N° 2020-00001511			
DETALLES DE LA CARGA			
Producto	:	CARGA GENERAL	
Origen	:	CALLAO	
Destino	:	VERACRUZ	
Incoterm	:	FOB	
Peso	:	697.984 Kg	
Volumen	:		
PP/CC	:		
LCL/FCL	:	LCL	
AWB-BL	:	F. LLEGA	:
NAVE	:	N° BULTOS	:
REGIMEN	:	PESO BRUTO	:
ADUANA	:	CANT. CONT	:
CONTENIDO	:	P. ORIGEN	:
		FOB	: \$6,842.00
		FLETE	: \$120.00
		SEGURO	:
		CIF	:
		TIP. CAMBIO	: 3.51
OBSERVACIONES	***SERVICIOS VARIOS***		
	Retiro de contenedor	:	\$0.00
	Emisión de BL	:	\$50.60
	Visto bueno en Tramarsa	:	\$53.00
	Montacargas	:	\$28.57
	Gastos administrativos	:	\$50.00
	TOTAL GASTOS	:	\$182.17
	COMISION	:	\$100.00
	IGV 18%	:	\$50.79
	TOTAL PROFORMA US\$:	\$332.96

CASOR ADUANEROS SAC

RUC: 20107107313

DIRECCIÓN: AV. LA MARINA NRO. 494 URB. BENJAMIN DOIG (496) LA PERLA - CALLAO

Fuente: Agencia de Aduanas (CASOR ADUANEROS S.A.C.)

Finalmente, con la información dada en las tablas 27, 28 y 29, podremos hacer nuestro cuadro de costeo, el cual detalla 3 puntos como principales: costos de producción, costos de comercialización y distribución, y finalmente el costo financiero.

Tabla 30 Costos de exportación de DRAGON JUICE

		Tipo de Cambio: 3.5	
Estructura de Costeo FOB			
A. Costos de Producción			
Costos variables	Materia Prima (768 Kg)	S/6.78 Kg	S/5,206.78
	Análisis de Pesticidas y microbi	S/80.00 Pallet	S/80.00
	Maquila	S/4.24 unid	S/6,508.47
	Evasase y etiqueta	S/0.52 und	S/798.72
	Costo Logístico	S/296.61	S/296.61
Gastos variable	Gastos del personal en planilla	S/4,156.25 mes	S/4,156.25
	Gastos por servicios de tercero	S/650.00 mes	S/650.00
	Gastos administrativos	S/960.00 mes	S/960.00
		S/18,656.83	\$5,330.52
B. Costos de comercialización y distribución			
	Embalaje (caja embalaje 8, film 5, palet 50, y carton base 2 soles) por palet	S/580.00	\$165.71
	Flete terrestre	S/296.61	\$84.75
	Certificado de origen	S/42.80	\$12.23
	Certificado de DIGESA	S/780.00	\$222.86
	Otros documentos	S/50.00	\$14.29
	Comision AG. Aduana	-	\$100.00
	Retiro de contenedor	-	\$0.00
	Emisión de BL	-	\$50.60
	Visto bueno en Tramarsa	-	\$53.00
	Montacargas	S/100.00	\$28.57
	Embarque FCL	-	\$0.00
	Gastos administrativos	-	\$50.00
		S/1,849.41	\$782.00
C. Costos financieros			
	Intereses por préstamo		\$729.47
		Costo Total FOB	\$6,842.00
		Costo por envase de 400mL	\$4.45
		Margen de ganancia 25%	\$0.45
		Precio unitario FOB	\$4.90

Fuente: Elaboración propia

Para mayor detalle de los costos considerados en nuestra tabla anterior, son:

- Costos de producción: se van incluir los costos de la materia prima, costos de los servicios de maquila, envasado, etiquetado, mano de obra y todo lo terciarizado que va a depender para producción del producto.

- Costo comercialización y distribución: se considerará los costos de agencias de aduanas, agencia de carga, pick in, y costos documentarios y administrativos.
- Costos financieros: en éste punto se tomó en cuenta el costo de los intereses brindados por el banco según el préstamo solicitado para dar inicio el proyecto escrito.

Después de encontrar el costo total FOB de la exportación, se va a considerar un margen de ganancia de un 25%, quedando finalmente un precio de venta al importador mexicano de \$4.90. Precio que puede competir en el mercado mexicano por debajo de los precios que ofrecen por bebidas de frutas, jugos o néctares. Según los registros de precios, los jugos o néctares se encuentran en un rango de precio entre \$6.00 a \$16.00 de presentaciones entre 200 a 500mL.

Nuestro producto en comparación de los productos mencionados que se adquiere en mercado mexicano, es un jugo 100% natural y saludable de pura fruta que adicionalmente, tiene un valor agregado de ser consumido dentro de un plan dietético. En la siguiente figura 26, visualizaremos marcas de bebidas de frutas, jugos y néctares que se comercializan en el mercado mexicano, sus precios y cantidades por cada presentación.

Figura 26 Precios de bebidas de fruta, jugos y néctares en México

BEBIDAS DE FRUTAS, JUGOS Y NECTARES JUMEX			
			
Jugo de naranja Jumex Unico Fresco 200 ml	Jugo de manzana Jumex Unico Fresco 200 ml	Néctar de durazno Jumex 473 ml	Néctar de arándano Jumex Unico Fresco 473 ml
\$6.60	\$6.60	\$12.40	\$14.00
BEBIDAS DE FRUTAS, JUGOS Y NECTARES DEL VALLE			
			
Surtido de bebidas Del Valle 4 botellas de 400 ml c/u	Néctar Del Valle sabor durazno 500 ml	Bebida Del Valle pulpy mango 400 ml	Jugo de fruta Del Valle de manzana 413 ml
\$44.00	\$10.00	\$12.50	\$16.00

Fuente: Elaboración propia, según información de Walmart México.

5.1.2 Cotización internacional

La empresa Natural Frutperu S.A.C. pone a su disposición el modelo de cotización que usará para el proceso de compra y negociación con su cliente internacional. La cotización ubicada en la tabla 31, detalla el producto, la cantidad, el precio, el incoterm, medio de pago, y aquellas condiciones necesarias resaltarlas para que el importador tenga en claro los deberes de ambas partes (importador y exportador).

Tabla 31 Cotización de Natural Frutperu S.A.C.

NATURAL FRUTPERU S.A.C.
 RUC: 20475045535
 Av. Carlos Izaguirre 1371 – Los Olivos
 Telf.: (+51) 01684 1656 // Cel.: (+51) 930996383
 Email: mcastro@dragonjuice.com.pe



Cotización N° FOB2020-07-001

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
1	Jugo 100% natural de Pitahaya Marca: Dragon Juice Presentación: Envase de plástico PET de 400mL Partida Arancelaria: 2009.89.90.00 Cantidad: Pallet con 64 cajas de 24 unidades cada una Embalaje: Caja de cartón corrugado de 38x28x18cm	1,536	\$4.90	\$7,526.20

Condiciones:

Medio de transporte: Marítimo (Sin transbordo)

Incoterms: Incoterms 2020 FOB

Puerto de embarque: Callao - Perú

Puerto desembarque: Veracruz - México

Forma de pago: T/T (50% adelanto, 50% al recibir la mercadería)

Fecha de embarque: 30 días después de haber aceptado el primer pago

Validez de oferta: 30 días

Fuente: Elaboración propia

5.2.- Contrato de compraventa internacional y sus documentos

El contrato de compraventa internacional es aquel documento que parte de una negociación, en nuestro caso en una operación internacional, en la que una de las partes (vendedor) obliga a entregar a la otra (comprador) un bien a un cierto precio acordado.

A continuación, presentaremos la tabla 32, donde detalla todos aquellos aspectos de máxima importancia por la negociación a realizarse

Tabla 32 Contrato compraventa internacional de DRAGON JUICE

Aspectos de la Compra Venta Internacional	Información del Plan de Negocios												
1. Las Partes	<p>Exportador NATURAL FRUTPERU S.A.C. Av. Carlos Izaguirre 1371 Los Olivos - Lima - Perú</p> <p>Consignatario XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXX</p>												
2. La Vigencia del contrato	<p>Fecha inicio: 01 de Julio de 2020 Fecha Termino: 01 de Julio de 2025</p>												
3. La Mercancía	<p>Jugo natural de Pitahaya</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Especificaciones del producto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tipo de modelo</td> <td>Modelo Tradicional (Color blanco con la franja roja) – Según catalogo</td> </tr> <tr> <td>Uso</td> <td>Para encuentros oficiales de las eliminatorias 2018</td> </tr> <tr> <td>Tallas</td> <td>Medium y <u>Large</u></td> </tr> <tr> <td>Tipo de manga</td> <td>Manga corta</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>Cuerpo: 100% poliéster reciclado Malla: 100% reciclado poliéster</td> </tr> </tbody> </table>	Especificaciones del producto		Tipo de modelo	Modelo Tradicional (Color blanco con la franja roja) – Según catalogo	Uso	Para encuentros oficiales de las eliminatorias 2018	Tallas	Medium y <u>Large</u>	Tipo de manga	Manga corta	Material	Cuerpo: 100% poliéster reciclado Malla: 100% reciclado poliéster
Especificaciones del producto													
Tipo de modelo	Modelo Tradicional (Color blanco con la franja roja) – Según catalogo												
Uso	Para encuentros oficiales de las eliminatorias 2018												
Tallas	Medium y <u>Large</u>												
Tipo de manga	Manga corta												
Material	Cuerpo: 100% poliéster reciclado Malla: 100% reciclado poliéster												
4. La Cantidad	Envase de plástico PET de 400mL: cantidad mínima de 1,536 unidades												
5. El Envase	La características físicas del envase es botella de plástico PET de color transparente de 400mL de contenido												
6. El Embalaje	Cajas de cartón de doble cara 3 papeles												
7. El Transporte	Medio de transporte marítimo												
8. La Fecha Máxima de Embarque	1er pedido: 01 de setiembre de 2020												
9. Lugar de Entrega	Puerto Marítimo del Callao - Perú												
10. El Incoterm	FOB (Versión 2020)												
11. El Seguro	Mercadería no asegurada por el exportador												

12. Los Gastos	FOB	
	Lugar de entrega	A bordo del buque en el puerto de salida
	Transmisión del riesgo	A bordo del buque en el puerto de salida
	Distribución de gastos:	
	Verificación de peso, calidad o medida	VENDEDOR
	Envases y embalajes	VENDEDOR
	Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR
	Transporte y seguro hasta el puerto de salida	VENDEDOR
	Descarga en el puerto de salida	VENDEDOR
	Retrasos en la carga	VENDEDOR
	Carga en el punto de salida	VENDEDOR
	Retrasos del buque	COMPRADOR
	Transporte principal (marítimo)	COMPRADOR
	Seguro de transporte principal	COMPRADOR
	Descarga en el puerto de destino	COMPRADOR
	Transporte y seguro hasta almacén del comprador	COMPRADOR
	Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR
13. La Transmisión de los Riesgos	El riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmitirá al comprador cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque del puerto de embarque.	
14. Moneda de Transacción	Dólares americanos	
15. Precio	\$4.90 dólares americanos por unidad en términos FOB Puerto Callao.	
16. Forma de Pago	50% adelanto y 50% al recibir la mercadería	
17. Medio de Pago	Transferencia bancaria	
18. La Documentación	Factura Comercial Lista de Empaque Conocimiento de Embarque Certificado de origen	
19. Lugar de Fabricación	Perú	
20. Solución de controversias	Arbitraje (Cámara de Comercio Internacional de París)	

Fuente: Elaboración propia

Después de tener un contrato firmado donde se especifica las funciones que asumirá el exportador y el importador lo cual indica datos como el precio, cantidad, incoterm (normas de aceptación voluntaria por las dos partes), calidad, especificaciones técnicas, puerto de destino, etc; se procederá con la emisión de nuestro invoice, el cual es constancia de aceptación y negociación de ambas partes, se mostrará en la siguiente tabla

33.

Tabla 33 Cotización de Natural Frutperu S.A.C.

COMMERCIAL INVOICE								
Exporter: Natural FrutPeru S.A.C Av. Carlos Izaguirre 1371 Los Olivos, Lma - Perú			Invoice No. & Date: EXP 2020-07-001 03-JUL-2020					
			Buyers Order No. & Date: IMP2020-0050 22-JUN-2020		Proforma			
			Other reference (s):		Bill of Lading No. & Date:			
Consignee: XXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXX			Buyer (if other than consignee):					
Pre-carriage By SEA		Place of Receipt		Country of origin PERU		Country of destination MEXICO		
				Payment Terms: T/T 50 % at the beginning and the other, 50 % from the date of arrive the load				
Sea Details		Port of Loading VERACRUZ						
Port of Discharge CALLAO SEA PORT		Final Destination LIMA						
Boxes Marks Container No.		Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods	Quantity	Presentation	FOB Price USD	Total FOB USD
Natural FrutPeru S.A.C		1 to 64	64	Jugo 100% natural de Pitahaya Marca: Dragon Juice Presentación: Envase de plástico PET de 400mL Partida Arancelaria: 2009.89.90.00 Cantidad: 768 cajas de 24 unidades cada una Embalaje: Caja de cartón corrugado de 38x28x18cm	1,536	Units	4.90	7,526.20
		64				TOTAL FOB	7,526.20	
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Forty-six thousand sinx hundred and seventy-eight and 32/100 dolars								
Manufacturer: Iconix Brand Group Inc						Freight	0.00	
Total Net Wt:		Total Shipper: 64.000				Insurance	0.00	
Total Gross Wt:		Total CBM:				TOTAL FOB	7,526.20	
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT								

Fuente: Elaboración propia

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

Nuestro proyecto de exportación de los jugos naturales de Pitahaya, tanto comprador y vendedor tienen que decidir el término de venta a tomar (Incoterms), estos Incoterms son establecidos por la ICC – Cámara de Comercio Internacional, el cual ayuda a detallar las responsabilidades de cada uno (riesgos y costos).

Considerando la última actualización del 2020, nos acogeremos al Incoterm FOB (Free On Board/ Libre a bordo en el puerto de embarque del Callao), el cual responsabilidades como para el exportador y el importador.

-Responsabilidad del exportador (NATURAL FRUTPERU S.A.C.):

- Entrega de la mercancía en el Puerto del Callao.
- Carga y estiba de la mercadería en buque.
- Pago del flete internacional.
- Despacho de aduana de exportación.

-Responsabilidad del importador:

- Contratación del seguro de transporte.
- Descarga de la mercancía.
- Gestión aduanera de importación.
- Pago de derechos arancelarios.
- Transporte local de Puerto hacia su almacén.

5.4.- Determinación del medio de pago y cobro

La determinación del medio de pago y cobro es uno de los puntos que se acuerda entre importador y el exportador al momento del pago producto de la exportación que se efectúa.

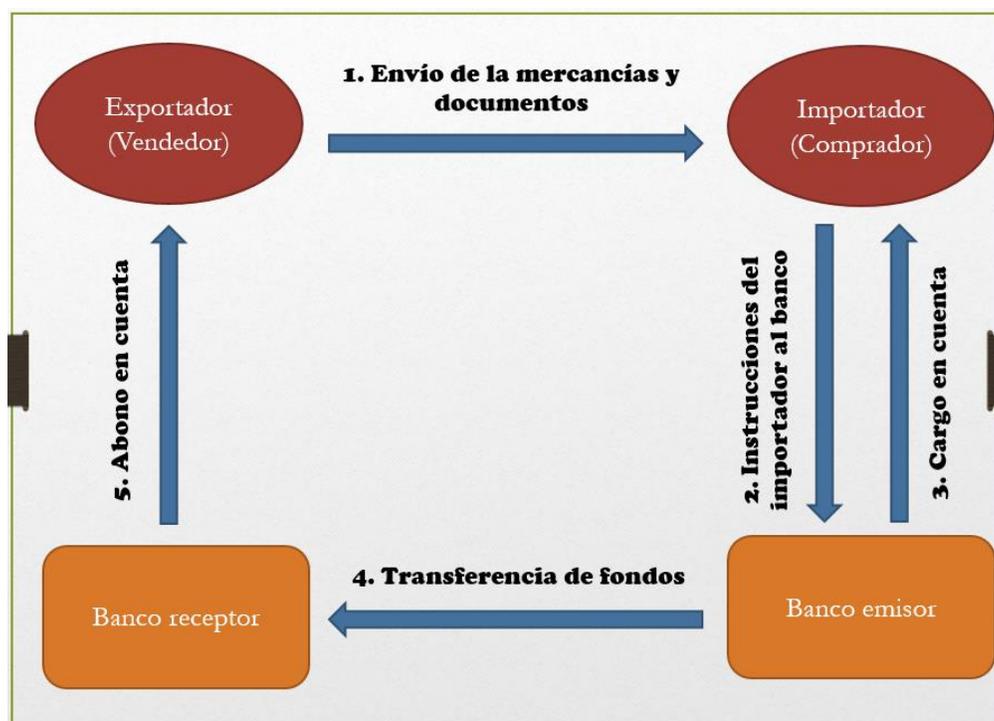
Natural Frutperu S.A.C., evalúa los riesgos de pago y cobro de la exportación, por ello se elige como medio de pago y cobro las transferencias bancarias, ya que son económicas y va de acorde que somos una empresa que recién inicia sus actividades comerciales y necesita optimizar al máximo sus costos; se dará de la siguiente manera:

- Se deberá abonar el 50%, una vez aceptada la cotización.
- Se deberá abonar el 50% restante, una vez llegue el buque a puerto

Veracruz – México.

A continuación, en la figura 27 se podrá visualizar un flujograma de transferencia como medio de pago para exportadores, asimismo tener en cuenta el procedimiento que se tomará para que se haga efecto en las cuentas de quien recibe el dinero, en este caso a nosotros como exportadores.

Figura 27 Flujograma de transferencia como medio de pago



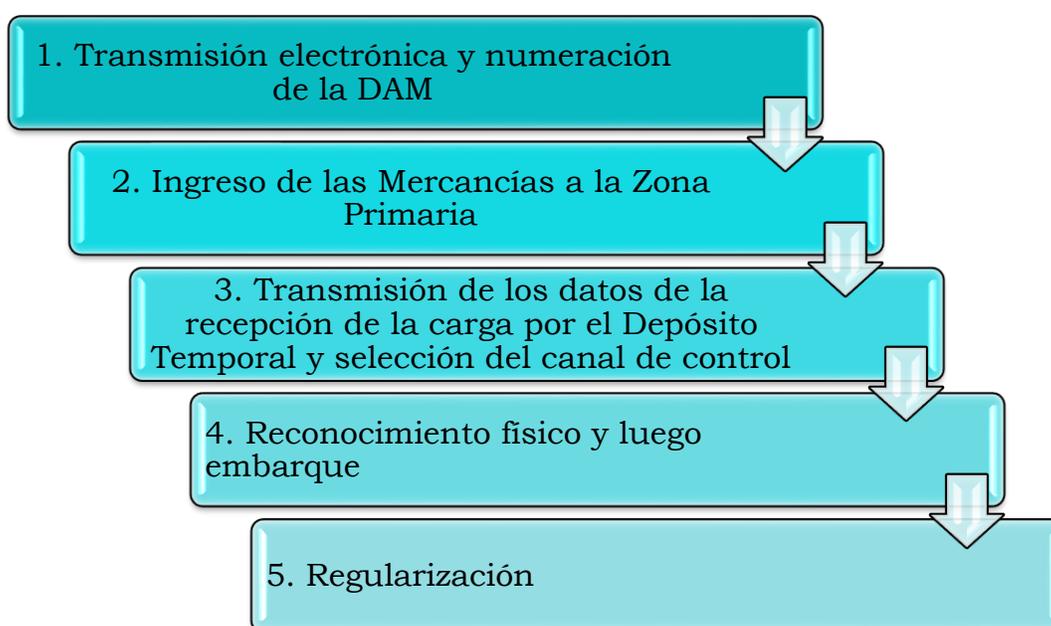
Fuente: Elaboración propia

5.5.- Elección del régimen de exportación

La empresa Natural Frutperu S.A.C., elegirá el régimen de exportación definitiva debido que según SUNAT, indica que éste régimen permite sacar del territorio aduanero las mercancías nacionales o nacionalizadas para uso o consumo definitivo en el exterior, no generando tributo alguno por pagar. Los pagos son por el traslado de la mercancía y está sujeta a las tarifas definidas por la empresa que brinde el servicio de transporte internacional, traslados internos, entre otros.

También aplicaremos los controles pertinentes para poder garantizar de alguna manera el correcto cumplimiento de la normatividad vigente. Es necesario la contratación de los servicios de un agente aduanal para que a nombre del exportador se presente el pedimento de exportación ante la aduana y se debe cumplir los requisitos que el país de destino establezca para la mercancía exportada.

Figura 28 Etapas de procedimiento de exportación



Fuente: Elaboración propia

5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional

Requisitos según la SUNAT ADUANAS para la gestión de despacho

aduanero:

1. Declaración Aduanera de Mercancías DAM (antes DUA) de Exportación.
2. Copia SUNAT de la factura.

3. Copia o fotocopia del documento de transporte (Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta Porte, según el medio de transporte utilizado) con sello y firma del personal autorizado o representante de la empresa de transporte o del agente de carga.
4. Documento que acredite el mandato a favor del despachador: copia o fotocopia del documento de transporte debidamente endosado o poder especial.
5. Otros según la naturaleza de la mercancía.

Procedimiento según la SUNAT ADUANAS para la gestión Exportación

Definitiva INTA-PG.02 (V6):

1. Numeración de la DAM:

El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales.

La Aduana convalida la información en el SIGAD, genera el número de DAM y deja expedita la mercancía para ser ingresada a Zona primaria.

2. Ingreso de la mercancía a la Zona Primaria:

El despachador de aduana ingresa la mercancía a un Depósito temporal donde será embarcada para su exportación, ubicado en cualquier puerto, aeropuerto o terminal DAM.

3. Transmisión de los datos de la Recepción de la carga por el Depósito Temporal y selección del canal de control:

El Depósito Temporal debe transmitir la información de la recepción de la mercancía dentro de las 02 horas contadas a partir de lo que suceda último:

- La recepción de la totalidad de la mercancía
- La presentación de la DAM por el despachador de aduana

El SIGAD la valida y asigna el canal de control (rojo o naranja).

4. Reconocimiento Físico:

EL despachador de aduanas solicita el reconocimiento físico, presentando:

- La DAM canal rojo
- Autorizaciones especiales en original, de corresponder.

La atención del reconocimiento físico se realiza las 24 horas del día.

Se efectúa en presencia del exportador y/o despachador y/o representante del almacén.

El especialista u oficial determina aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.

5. Regularización:

La Administración Aduanera mediante técnicas de análisis de riesgo determina cuales declaraciones se regularizan:

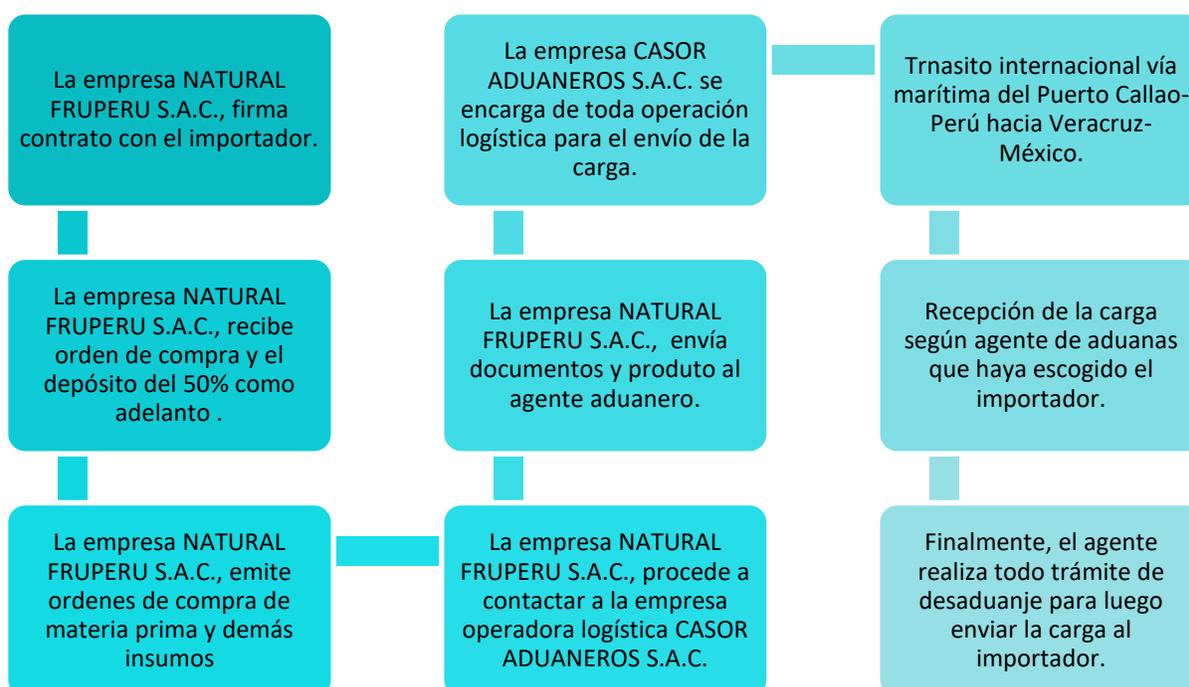
- Con la sola aceptación de la transmisión de la información complementaria y de los documentos digitalizados

- Con la presentación física de la DAM y la documentación que sustentaron la exportación a satisfacción de la Autoridad Aduanera.

5.7.- Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama

En la figura 29, presentaremos el flujograma de la gestión de exportación que tendrá la empresa Natural Frutperu S.A.C con la marca de DRAGON JUICE de los jugos naturales de Pitahaya.

Figura 29 Flujograma de exportación definitiva

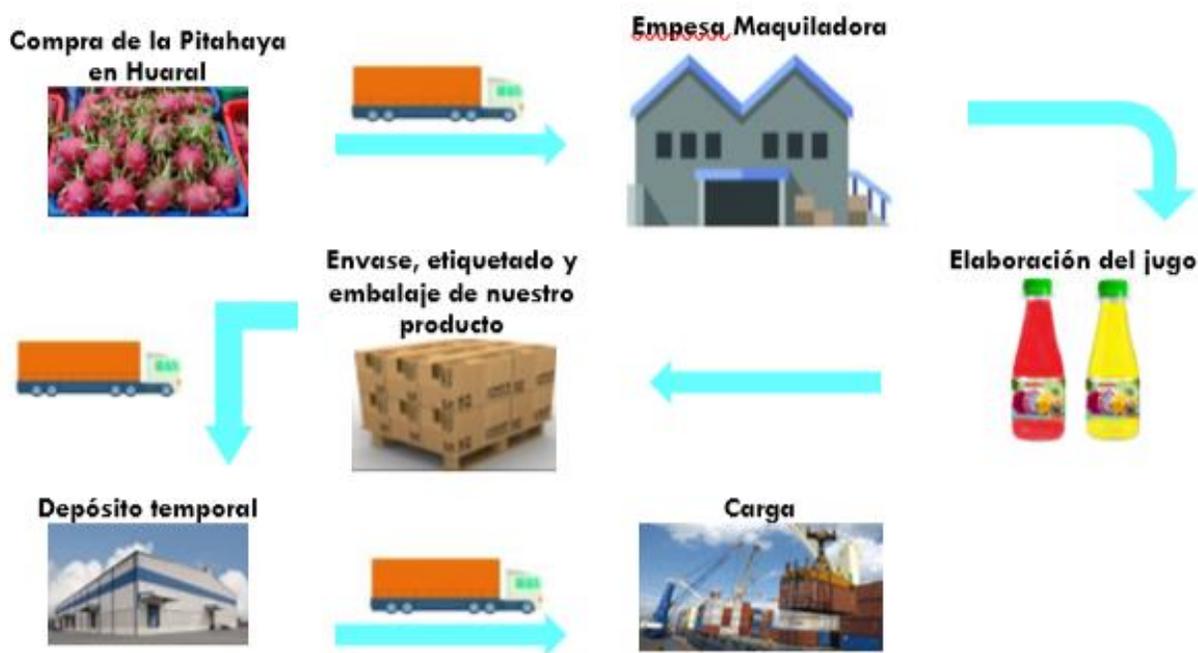


Fuente: Elaboración propia

5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien a ejecutar: Flujo

Gramas.

Figura 30 Flujograma de operaciones de producción



Fuente: Elaboración propia

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades entre ellos esta: el alquiler o compra de un terreno, construcciones, compra de maquinarias y equipos diversos, adquirir equipos de transporte, compra de equipo de cómputo y demás equipos auxiliares. También incluye aquellos gastos que no podemos ver como certificaciones y/o permisos para el funcionamiento de la empresa.

6.1 1 Activos tangibles

Los activos tangibles son considerados como los bienes que puede ser percibidos por los sentidos. En el caso de nuestro proyecto, empezaremos teniendo como activos tangibles sólo muebles de escritorios, equipos informáticos, sillas giratorias, estantes y mesas de madera; siendo éstos de uso principal para empezar con las labores de la empresa Natural Frutperu S.A.C. El monto de los activos tangibles que se invertirá será de un monto de S/ 11,1100.00 soles, tal como se observa en la tabla 34.

Tabla 34 Costos de activos tangibles de la empresa Natural Frutperu S.A.C

INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOL
Activos tangibles			
Muebles escritorios	762.71	137.29	900.00
Equipos informaticos	7,406.79	1,333.21	8,740.00
Sillas giratorias	610.17	109.83	720.00
Estantes de madera	338.98	61.02	400.00
Mesa de madera	296.61	53.39	350.00
TOTAL	S/9,415.26	S/1,694.74	S/11,110.00

Fuente: Elaboración propia

6.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles son aquellos considerados como los bienes que no son materiales y que no pueden ser percibidos por las personas, sin embargo, es de gran importancia dentro de la empresa.

Natural Frutperu S.A.C invertirá en los siguientes activos intangibles necesarios para iniciar las operaciones, el monto total de la inversión es de S/ 2,265.78 soles como se puede observar en la siguiente tabla 35.

Tabla 35 Costos de activos tangibles de la empresa Natural Frutperu S.A.C

INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOL
Intangibles			
Constitucion legal	450.00	81.00	531.00
Licencias/Permisos	465.50	83.79	549.29
Registro de marca	453.38	81.61	534.99
Certificado origen	42.80	7.70	50.50
Certificado DIGESA	338.98	61.02	400.00
Página web	169.49	30.51	200.00
TOTAL	S/1,920.15	S/345.63	S/2,265.78

Fuente: Elaboración propia

6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, también conocido como activo corriente, para que una empresa empiece a funcionar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc., los cuales deben tenerse a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa.

En el caso de nuestro proyecto, la empresa Natural Frutperu S.A.C. necesita un total de S/29,513.24 soles como capital de trabajo y poder pagar obligaciones mientras la empresa no tenga ventas.

Tabla 36 Costos de capital de trabajo de la empresa Natural Frutperu S.A.C

INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOL
Capital de trabajo			
Caja minima			5,566.25
Existencias (stock)			23,946.99
Gastos administrativos			640.00
Sueldos			4,156.25
Servicios a terceros			650.00
Hosting			120.00
TOTAL			S/29,513.24

Fuente: Elaboración propia

6.3. Inversión Total

La inversión total es definida como la suma de mi inversión inicial (activos tangibles e intangibles) y el capital de trabajo.

La empresa Natural Frutperu S.A.C. deberá de tener por lo menos un monto de S/42,889.02 para poder empezar las operaciones, ya que con ese monto detallado se podrá invertir en adquirir activos tangibles e intangibles, asimismo tener un capital de trabajo para poder producir un primer lote para la venta de la exportación del jugo natural de Pitahaya.

Tabla 37 Inversión total para la empresa Natural Frutperu S.A.C

INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL SOL
Activos tangibles	9,415.26	1,694.74	11,110.00
Activo Intangibles	1,920.15	345.63	2,265.78
Capital de trabajo	29,513.24	0.00	29,513.24
TOTAL	S/40,848.66	S/2,040.37	S/42,889.02

Fuente: Elaboración propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

La empresa Natural Frutperu S.A.C., al realizar su estructura de financiamiento podrá observar aquella inversión propia brindada para el proyecto y aquella inversión que deberá financiar por una entidad bancaria o financiera para obtener el dinero y poder comenzar con las operaciones de exportación de los jugos naturales de Pitahaya hacia la Ciudad de México.

Tabla 38 Estructura de financiamiento para la empresa Natural Frutperu S.A.C.

INVERSIONES	FINANCIACION	
	PROPIA	TERCEROS
Activos tangibles	11,110.00	0.00
Intangibles	2,265.78	0.00
Capital de trabajo	0.00	29,513.24
INVERSION TOTAL	S/13,375.78	S/29,513.24
TOTAL PORCENTUAL	31%	69%

Fuente: Elaboración propia

La empresa Natural Frutperu S.A.C. necesitará buscar un financiamiento por el monto de S/29,513.24 soles, por ello es que hemos tomado en cuenta un préstamo por el banco Mi Banco, debido que brinda una tasa baja a comparación de otros bancos, asimismo es más factible acceder un préstamo con éste banco como principiantes y empezar a generar un historial crediticio.

A continuación, presentaremos la tabla 39 donde encontraremos la simulación del préstamo por el banco Mi Banco de un monto de S/29,513.00 soles a un plazo de 12

meses, teniendo de ésta forma una cuota mensual de S/2,667.34 soles. Cuota mensual que se encuentra como mejor opción en comparación de otros dos bancos adicionales que se evaluaron tanto por el monto de los intereses y la viabilidad de acceder a un crédito con otra entidad financiera.

Tabla 39 Simulador de préstamo de Mi Banco

NOTA: Elegir las características del préstamo con las celdas **Naranjas** e ingresar datos en las celdas de **Amarillo** y presione el botón **Calcular**.

Monto Solicitado	29,513.00	Soles	Tipo de Cronograma	Mensual	Sin Gracia	Fecha Fija
Tasa Efectiva Anual Fija	13.35	%	Plazos en general			
Plazo (cuotas)	12		Cargos	% ITF	0.005%	1.45
Fecha Desembolso	01/09/2020	dd/mm/aaa	Seg. Desgravamen	Si	188.50	
Día de Pago	18		Seguro Multiriesgo	Existencias	6,000.00	
Monto Prestado	29,702.95		Microseguros	-		
TCEA	14.60	%	Seg. Oncológico	P1	-	

Los datos emitidos por el simulador son referenciales, la aprobación del crédito está sujeta a evaluación crediticia.
Los seguros deberán ser cancelados por el cliente al inicio del crédito o si lo requiere como parte del financiamiento. El cliente tiene el derecho a elegir entre: a) La contratación del seguro ofrecido por la empresa.
b) Un seguro contratado directamente por el cliente o a través de la designación de un corredor de seguros, siempre que cumpla con las condiciones previamente informadas en el certificado o póliza de seguros.
Fecha de actualización: Junio 2020

Los datos emitidos por el simulador son referenciales, la aprobación del crédito está sujeta a evaluación crediticia.
Los seguros deberán ser cancelados por el cliente al inicio del crédito o si lo requiere como parte del financiamiento. El cliente tiene el derecho a elegir entre: a) La contratación del seguro ofrecido por la empresa.
b) Un seguro contratado directamente por el cliente o a través de la designación de un corredor de seguros, siempre que cumpla con las condiciones previamente informadas en el certificado o póliza de seguros.
Fecha de actualización: Junio 2020

Calcular

SIMULACION DE CRONOGRAMA DE PAGOS

N°	FECHA PAGO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	Seg. multiriesgo	CUOTA SIN ITF	ITF	CUOTA
		29,702.95						
1	19/10/2020	27,537.90	2,165.05	500.45	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
2	18/11/2020	25,161.47	2,376.43	289.07	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
3	18/12/2020	22,760.10	2,401.37	264.13	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
4	18/01/2021	20,341.52	2,418.58	246.92	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
5	18/02/2021	17,896.71	2,444.81	220.69	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
6	18/03/2021	15,406.49	2,490.22	175.28	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
7	19/04/2021	12,913.56	2,492.93	172.57	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
8	18/05/2021	10,379.08	2,534.48	131.02	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
9	18/06/2021	7,826.18	2,552.90	112.60	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
10	19/07/2021	5,245.59	2,580.59	84.91	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
11	18/08/2021	2,635.15	2,610.44	55.06	1.74	2,667.24	0.10	2,667.34
12	20/09/2021	-	2,635.15	30.44	1.74	2,667.33	0.10	2,667.43
			29,702.95	2,283.14	20.89	32,006.98		32,008.18

Fuente: Mi Banco

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

La empresa ha evaluado el préstamo financiero con Mi Banco y otras dos entidades financieras, obteniendo una tasa anual de 13.35% por el monto solicitado de S/29,513.00 soles.

A continuación, se mostrará una tabla de la evaluación financiera que hemos realizado a 3 bancos diferentes, de ésta manera se pudo concluir por optar al banco con menos tasa anual, por ende, un pago total de intereses menor.

Tabla 40 Tasa efectiva anual de los bancos BBVA, BCP y Mi Banco por el producto de capital de trabajo

ENTIDAD	TASA ANUAL	CUOTA MENSUAL	INTERES TOTAL
BBVA	15%	S/2,690.94	S/2,554.75
BCP	30%	S/2,845.01	S/4,438.37
MI BANCO	13%	S/2,667.34	S/2,283.14

Fuente: Elaboración propia, según simuladores de BBVA, BCP y Mi Banco

Después de haber concluido que Mi Banco es la mejor entidad financiera para solicitar un crédito para el inicio de éste proyecto, presentaremos los requisitos que será necesarios tener en cuenta para poder solicitar dicho crédito.

Figura 31 Requisitos para solicitar crédito Capital de trabajo en Mi Banco

Requisitos básicos para abrir expediente:

- ▶ Negocio con 6 meses de funcionamiento como mínimo.
- ▶ Fotocopia de DNI titular y/o cónyuge/conviviente.
- ▶ Recibo de servicios (luz o agua).
- ▶ No tener deudas morosas en el sistema financiero.

Documentos adicionales:



Para personas naturales:

- ▶ Documentos que acrediten el funcionamiento del negocio, por ejemplo: boletas de compra o venta, o RUC o Licencias, registro de gastos e ingresos del negocio, entre otros.
- ▶ Si eres propietario de tu casa: Título de propiedad o Constancia de posesión o Testimonio de Compra Venta o declaratoria de herederos u otros documentos que puedan acreditar tu propiedad.
- ▶ Si vives en casa de familiares o eres alojado: Constancia de alojamiento otorgado por el propietario(a) de la vivienda y el DNI de un aval con casa propia.
- ▶ Si eres inquilino presenta tu contrato de alquiler y el DNI de un aval con casa propia.
- ▶ Si tienes experiencia en el sistema financiero: comprobantes de pago y/o cronogramas de pago de tus deudas vigentes.

*Estos documentos serán solicitados por el analista de crédito si la evaluación así lo amerita.



Para persona jurídica:

- ▶ Copia de DNI de los socios.
- ▶ Recibo de luz, agua o teléfono.
- ▶ Documentos del negocio.
- ▶ Documentos de residencia del representante legal apoderado y avales.
- ▶ Acta de constitución de la empresa.
- ▶ Vigencia de poderes actualizada con antigüedad no mayor a 8 días.
- ▶ Declaración de renta anual y 3 últimos PDT.
- ▶ Documentos de propiedad del inmueble que será otorgado en garantía.
- ▶ Recibos de agua, luz o teléfono del local donde funciona el negocio.

*Se pueden solicitar documentos adicionales o participación de aval, dependiendo de la evaluación realizada.

Fuente: Mi Banco.

6.6. Presupuesto de costos

En el presupuesto de costos estarán incluidos los costos variables y gastos fijos que incurren en nuestro plan de negocio. En la siguiente tabla 41, podemos observar a detalle los gastos realizados de acuerdo a cada actividad incurrida en la producción del jugo natural de Pitahaya.

Tabla 41 Presupuestos de costos de Natural Frutperu S.A.C.

1 COSTOS VARIABLES

MONEDA SOLES

CONCEPTO DE COSTEO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL POR IMPORTACION Y/O EXPORTACION	IGV	COSTO TOTAL POR IMPORTACION Y/O EXPORTACION + IGV	COSTO ANUAL
MATERIA PRIMA- PROVEEDOR	botellas	22,000	S/2.71	S/59,661.02	S/10,738.98	S/70,400.00	S/59,661.02
MAQUILA	botellas	22,000	S/4.24	S/93,220.34	S/16,779.66	S/110,000.00	S/93,220.34
ANALISIS	botellas	22,000	S/0.08	S/1,760.00	S/316.80	S/2,076.80	S/1,760.00
ENVASES Y ETIQUETAS	botellas	22,000	S/0.52	S/11,440.00	S/2,059.20	S/13,499.20	S/11,440.00
TOTAL					S/29,894.64	S/195,976.00	S/166,081.36

2 COSTOS INDIRECTOS Y GASTOS FIJOS

MONEDA SOLES

1) COSTOS DEL PERSONAL

CONCEPTO	SUELDO BRUTO	COSTO EMPRESA				TOTAL MENSUAL	Sueldo percibido Anual
		ESSALUD	VACACIONES	CTS	GRATIFICACION		
Planilla del personal	3,990.00	0.00	166.25	0.00	0.00	4,156.25	S/49,875.00
Servicios externos	650.00	0.00	0.00	0.00	0.00	650.00	S/7,800.00

2) GASTOS ADMINISTRATIVOS

	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
ALQUILERES		500.00	0.00	500.00	1,500.00	S/6,000.00
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET)		406.78	73.22	480.00	1,440.00	S/5,760.00
HOSTING	X	8.47	1.53	10.00	50.00	S/120.00
UTILES DE OFICINA	X	135.59	24.41	160.00	480.00	S/1,920.00
DEPRECIACION		2,565.00	0.00	2,565.00	7,095.00	S/28,380.00
AMORTIZACION		500.06	0.00	500.06	1,500.18	S/6,000.73
			99.15			

3) GASTOS DE VENTA

	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
HOSTING DE LA PAGINA WEB	X	7.06	1.27	8.33	25.00	100.00
			1.27			

4) GASTOS FINANCIEROS

	APLICA IGV	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
INTERESES POR PRESTAMOS						2,283.14

Fuente: Elaboración propia

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio de toda empresa es lograr cubrir sus costos variables y fijos y a su vez incrementar sus ventas, logrando ubicarse por encima del punto de equilibrio.

La empresa Natural Frutperu S.A.C., debe tomar en cuenta la siguiente tabla 42, la cual indica su punto de equilibrio, es decir, la cantidad de envases que se debe vender para poder cubrir los costos y así poder estar en un punto medio, sin pérdidas ni ganancias.

Tabla 42 Punto de equilibrio de Natural Frutperu S.A.C.

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO	COSTO FIJO ANUALES	PUNTO DE EQUILIBRIO
Jugo natural de Pitahaya	12.25	7.55	4.70	66,795.00	14,209.14

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 42 presentada, la empresa Natural Frutperu S.A.C. debe vender 14,209.14 unidades de jugos naturales de Pitahaya, en moneda de soles representa un total de S/107,266.97 soles.

6.8. Tributación de la exportación

La empresa Natural Frutperu S.A.C. va a comercializar la exportación de jugos naturales de Pitahaya, lo cual no está afecta a impuestos.

6.9. Presupuesto de ingresos

Los ingresos son definidos como el valor monetario obtenido por las ventas y el reintegro tributarios. En nuestro caso, la empresa por ser exportadora no tendrá reintegros tributarios por no generar ventas con igr.

En la siguiente tabla 43, se mostrará una corrida de los ingresos de acuerdo a las ventas anuales proyectadas por un periodo de 5 años. El primer año, tendremos un ingreso de S/269,500.00 soles.

Tabla 43 Presupuesto de ingresos de Natural Frutperu S.A.C.

VENTAS ANUALES UND - AÑO 1	VENTAS ANUALES UND - AÑO 2	VENTAS ANUALES UND - AÑO 3	VENTAS ANUALES UND - AÑO 4	VENTAS ANUALES UND - AÑO 5
100%	100%	100%	100%	100%
22,000	52,000	62,500	82,500	102,500

PRODUCTO	PRECIO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Jugo natural de Pitahaya	12.25	S/269,500.00	S/637,000.00	S/765,625.00	S/1,010,625.00	S/1,255,625.00

Fuente: Elaboración propia

6.10 Presupuesto de egresos

Los egresos de la empresa son aquellas salidas de dinero que se desembolsa como gasto para poder realizar la inversión del negocio.

A continuación, se observará la tabla 44 que va a detallar aquellos egresos que se van a generar por un periodo de 5 años. El primer año se gastará S/119,099.18 soles,

monto que se necesitará para poder exportar y cubrir todas las obligaciones anuales, el gasto se irá incrementando en los años siguientes de acuerdo a que las ventas se irán dando en forma ascendente.

Tabla 44 Presupuesto de egresos de Natural Frutperu S.A.C.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA- PROVEEDOR	S/35,796.61	S/23,864.41	S/141,016.95	S/169,491.53	S/223,728.81	S/277,966.10
MAQUILA	S/55,932.20	S/37,288.14	S/220,338.98	S/264,830.51	S/349,576.27	S/434,322.03
ANALISIS	S/1,056.00	S/704.00	S/4,160.00	S/5,000.00	S/6,600.00	S/8,200.00
ENVASES Y ETIQUETAS	S/6,864.00	S/4,576.00	S/27,040.00	S/32,500.00	S/42,900.00	S/53,300.00
ALQUILER	S/500.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00	S/6,000.00
GASTOS DE EXPORTACION		S/39,201.97	S/92,659.20	S/111,369.23	S/147,007.38	S/182,645.54
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO)	S/480.00	S/5,760.00	S/5,760.00	S/5,760.00	S/5,760.00	S/5,760.00
SUELDOS PERCIBIDOS	S/4,806.25	S/5,7675.00	S/5,7675.00	S/5,7675.00	S/5,7675.00	S/5,7675.00
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	S/11,110.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	S/2,265.78	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
UTILES DE OFICINA	S/160.00	S/1,920.00	S/1,920.00	S/1,920.00	S/1,920.00	S/1,920.00
HOSTING	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
PAGINA WEB	S/8.33	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00
TOTAL	S/119,099.18	S/177,209.51	S/556,790.13	S/654,766.26	S/841,387.47	S/1,028,008.67

Fuente: Elaboración propia

6.11. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja también conocido como flujo de liquidez, es el informe financiero que nos mostrará los flujos de ingresos y egresos de efectivo que tendrá la empresa Natural Frutperu S.A.C.

Según las proyecciones realizadas, el flujo de caja que tendremos como empresa serán montos positivos, es decir, el proyecto es viable.

Tabla 45 Flujo de caja de Natural Frutperu S.A.C.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBRANZAS		249,287.50	621,075.00	746,484.38	985,359.38	1,224,234.38
EGRESOS OPERACIONALES						
MATERIA PRIMA- PROVEEDOR	35,796.61	23,864.41	141,016.95	169,491.53	223,728.81	277,966.10
SERVICIO DE MAQUILA	55,932.20	37,288.14	220,338.98	264,830.51	349,576.27	434,322.03
ANALISIS	1,056.00	704.00	4,160.00	5,000.00	6,600.00	8,200.00
ENVASES	6,864.00	4,576.00	27,040.00	32,500.00	42,900.00	53,300.00
ALQUILER	500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
GASTOS DE EXPORTACION		39,201.97	111,369.23	147,007.38	147,007.38	182,645.54
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TE)	480.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00
SUELDOS PERCIBIDOS	4,806.25	57,675.00	57,675.00	57,675.00	57,675.00	57,675.00
UTILES DE OFICINA	160.00	1,920.00	1,920.00	1,920.00	1,920.00	1,920.00
HOSTING	120.00	120.00	12.00	12.00	12.00	12.00
PAGINA WEB	8.33	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	-105,723.40	72,077.99	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	11,110.00					
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	2,265.78					
RETORNO DEL CAPITAL PROPIO						
FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-13,375.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-119,099.18	72,077.99	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70
PRESTAMOS BANCARIOS	29,701.74					
DEVOLUCION DEL CAPITAL		29,701.74				
PAGO DE INTERESES		2,065.40				
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-89,397.44	40,310.85	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70

Fuente: Elaboración propia

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

En el estado de ganancias y pérdidas se está tomando en cuenta la información de SUNAT, lo cual nos indica que si las ventas anuales son hasta 300UIT (Unidad Impositiva Tributaria), la empresa está obligada a un 10% de impuesto a la renta anual.

En nuestro caso, la empresa por no superar las ventas por el monto de 300UIT (S/1,290,000.00), el impuesto a la renta que se tomará en cuenta será de 10%.

Adicionalmente, como se observará en la tabla 46, que durante los 5 primeros años la empresa va generando utilidad desde el primer año de inversión.

Tabla 46 Estado de ganancias y pérdidas de Natural Frutperu S.A.C.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	269,500.00	637,000.00	765,625.00	1,010,625.00	1,255,625.00
COSTO DE VENTAS	166,081.36	392,555.93	471,822.03	622,805.08	773,788.14
UTILIDAD BRUTA	103,418.64	244,444.07	293,802.97	387,819.92	481,836.86
GASTOS ADMINISTRATIVOS	77,301.25	71,355.00	71,355.00	71,355.00	71,355.00
GASTOS DE VENTA	348.33	112.00	112.00	112.00	112.00
OTROS GASTOS OPERACIONALES	39,201.97	111,369.23	147,007.38	147,007.38	182,645.54
UTILIDAD OPERATIVA	-13,432.91	61,607.84	75,328.58	169,345.53	227,724.33
INTERESES	2,065.40				
OTROS INGRESOS	29,701.74				
OTROS GASTOS					
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	18,334.23	61,607.84	75,328.58	169,345.53	227,724.33
IMPUESTO A LA RENTA	1,833.42	6,160.78	7,532.86	49,956.93	22,772.43
PARTICIPACION A LOS TRABAJADORES	916.71	3,080.39	3,766.43	8,467.28	11,386.22
UTILIDAD NETA	15,584.09	52,366.66	64,029.30	110,921.32	193,565.68
RENTABILIDAD	6%	8%	8%	11%	15%

Fuente: Elaboración propia

6.14. Evaluación de la Inversión

6.14.1.- Evaluación Económica

En la siguiente tabla 47 se observará que como VAN ECONOMICO tenemos S/224,696.10 soles, lo que nos indica que el proyecto es viable, asimismo se observa un 59% de TIR ECONOMICO.

Tabla 47 Flujo de caja económico

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBRANZAS		249,287.50	621,075.00	746,484.38	985,359.38	1,224,234.38
EGRESOS OPERACIONALES	105,723.40	177,209.51	575,392.16	690,296.42	841,279.47	1,027,900.67
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	-105,723.40	72,077.99	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	11,110.00					
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	2,265.78					
RETORNO DEL CAPITAL PROPIO						
FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-13,375.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-119,099.18	72,077.99	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70
VAN ECONOMICO	S/.224,696.10					
TIR ECONOMICO	59%					

Fuente: Elaboración propia

6.14.2. Evaluación Financiera**Tabla 48 Flujo de caja financiero**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBRANZAS		249,287.50	621,075.00	746,484.38	985,359.38	1,224,234.38
EGRESOS OPERACIONALES	105,723.40	177,209.51	575,392.16	690,296.42	841,279.47	1,027,900.67
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	-105,723.40	72,077.99	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	11,110.00					
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	2,265.78					
RETORNO DEL CAPITAL PROPIO						
FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-13,375.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-119,099.18	72,077.99	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70
PRESTAMOS BANCARIOS	29,701.74					
DEVOLUCION DEL CAPITAL		29,701.74				
PAGO DE INTERESES		2,065.40				
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-89,397.44	40,310.85	45,682.84	56,187.96	144,079.91	196,333.70
VAN FINANCIERO	S/.91,935.97					
TIR FINANCIERO	65%					

Fuente: Elaboración propia

6.14.3. Evaluación social

El presente plan de negocio, tiene como objetivo concientizar al consumidor mexicano, fomentando de alguna manera una cultura de consumo de bebidas saludables.

Asimismo, el gobierno mexicano brinda ciertas recomendaciones a la población mexicana de promover un buen perfil nutricional sobre el consumo de bebidas, debido que, por lineamientos basados en evidencia científica, identifican que la diabetes, el sobrepeso y obesidad han ido aumentando con rapidez en México, y las bebidas representan la quinta parte de la energía que consumen los mexicanos.

El Comité de Expertos para las Recomendaciones de Bebidas, iniciativa creada por el secretario de Salud de México, nos indica que el consumo de energía proviene de las bebidas que representan un 21% del consumo total en adolescentes y adultos mexicanos consumidas a diario, por ello sugieren que el consumir debe considerar la cantidad de calorías y azúcares que brindan las bebidas y alimentos antes de consumir alguno, contribuyendo así a una tasa baja de mortalidad por obesidad y diabetes.

6.14.4 Impacto ambiental

En caso del impacto ambiental, nuestro producto está utilizando un envase de plásticos PET, debido a que seremos nuevos en el mercado destino y necesitamos abaratar costos, teniendo siempre en cuenta que no podemos afectar la calidad del producto.

El material del envase de nuestro jugo natural de Pitahaya, se considera así porque según informaciones, México es considerado como potencia mundial liderando en la recuperación del plástico PET, el 70% se recicla en México y el 30% restante se exporta como residuo. La acción del reciclaje de plástico PET en México, genera ingresos de millones de dólares para campañas de acopio y educación ambiental, asimismo, genera empleos directos para los habitantes mexicanos.

La empresa Natural Frutperu S.A.C., se compromete con el medio ambiente, es por ello que, debido a la acción del reciclaje ya empleada en México, podemos entrar al mercado tranquilamente con nuestro envase PET, sin temor alguno de generar contaminación del medio ambiente.

6.15.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Para poder hallar el COK (Costo de Oportunidad del Capital) del presente proyecto, tendremos en cuenta la tasa de riesgo país, beta del mercado, rentabilidad promedio del mercado el cual nos dirigimos, y finalmente la tasa libre de riesgo. Tal cual, podemos observar en la siguiente tabla 49.

Tabla 49 Cálculo del COK

FORMULACION COK	
TASA LIBRE DE RIESGO	0.65%
RENTABILIDAD PROMEDIO DEL MERCADO	12%
BETA DEL MERCADO	0.87
TASA DE RIESGO PAIS	1.47%
COK	12.0%

Fuente: Elaboración propia

Luego de conocer que el COK es de 12%, pasaremos hallar el WACC, de tal resultado se puede deducir la viabilidad del proyecto de negocio del jugo natural de Pitahaya hacia la Ciudad de México. Teniendo como resultado en la tabla 50, un WACC de 12%.

Tabla 50 Cálculo del WACC

COK (COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL)	12%
TASA DE INTERES BANCARIA	13%
% APORTE PROPIO	31%
% TERCEROS	69%
WACC - TASA DE DESCUENTO	12.0%

Fuente: Elaboración propia

6.16.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

La empresa maneja la moneda de dólares americanos, por ende, se toma en cuenta los tipos de cambio de US\$3.253, US\$3.288, US\$3.291, US\$3.292 y US\$3.541, para poder calcular la desviación estándar.

La siguiente tabla 51, nos da referencia que, por ser una empresa exportadora, si el tipo de cambio del dólar americano baja, entonces tendremos una caída simultáneamente en nuestros indicadores. Por ser empresa exportadora, lo recomendable es que el tipo de cambio, suba cada vez más o se mantenga del estimado.

Tabla 51 Cuadro de riesgo tipo de la cambio de Natural Frutperu S.A.C.

	TIPO DE CAMBIO MAS BAJO	TIPO DE CAMBIO ACTUAL ESPERADO	TIPO DE CAMBIO MAS ALTO
DESVIACION ESTANDAR (0.11)	3.4	3.5	3.6
VENTAS	3,607,230	3,938,375	3,819,420
UTILIDAD NETA	196,956	436,467	356,285
VAN ECONOMICO	12,661	224,696	143,258
VAN FINANCIERO	44,517	91,936	205,291
TIR ECONOMICA	15%	59%	44%
TIR FINANCIERA	17%	65%	52%

Fuente: Elaboración propia

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.- Conclusiones

- De acuerdo al análisis de nuestro mercado objetivo, la venta de jugo natural de Pitahaya se realizará en la Ciudad de México, de tal manera la demanda es la primera variable a evaluar, de acuerdo al historial de consumo de cada persona ubicada en ésta ciudad.
- Las ventas supuestas son sustentadas en base al plan de marketing que se plantea en los 5 años próximos de acuerdo a las importaciones anuales que viene realizando México de Perú.
- Los resultados de la evaluación económica financiera nos indica que el proyecto es viable, según las variables presentadas del VANE y VANF, y del TIRE y TIRF.
- Nuestro objetivo es introducir al mercado mexicano un jugo natural de fruta con un nuevo sabor en una presentación fácil y amigable, asimismo que brinde beneficios saludables, contribuyendo de alguna forma a la reducción de casos de obesidad y diabetes.
- El público objetivo de la empresa son hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad, con un estilo de consumo de productos natural, saludables y dietéticos.

7.2.- Recomendaciones.

- Revisar y analizar el mercado objetivo constantemente para poder mitigar los riesgos y buscar expansión de nuevos mercados si fuese el caso.
- Revisar el plan de ventas mes a mes para poder ajustarlo e incrementar la proyección si fuese el caso, para cumplir con el plan de marketing.
- Revisar los gastos y buscar maximizar ventas con los indicadores financieros e incrementar para generar utilidad, así el proyecto sea siempre y más viable.
- Garantizar productos de calidad, sin perder las propiedades y beneficios que contiene la fruta, por ende, que la empresa al producir el jugo natural de Pitahaya, cumpla con su valor agregado que promete al público mexicano.
- Buscar constantemente innovación para que el consumidor se sienta satisfecho de adquirir nuestro producto fidelizándolo, y de alguna forma llegar a más público del estimado.

BIBLIOGRAFÍA

1. ¿Qué beneficios otorga la pitahaya a los runners?. (08 de mayo de 2019). El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/deporte-total/running/nutricion/beneficios-otorga-pitahaya-runners-noticia-633415-noticia/>
2. Chapa, J., Flores, D. y Zuñiga, L., (2015). "La industria de las bebidas no alcohólicas en México", Consumo de bebidas en México, pp 4-8.
3. MINCETUR, 2020. "Plan de Desarrollo de Mercado (PDM) México", Tendencias del consumidor y características del mundo. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/mexico/08_01.html
4. Guevara, A. (2015). Elaboración de pulpas, zumos, néctares, deshidratados, osmodeshidratados y fruta confitada. Recuperado de <http://www.lamolina.edu.pe/postgrado/pmdas/cursos/dpactl/lecturas/Separata%20Pulpas%20n%C3%A8ctares,%20merm%20desh,%20osmodes%20y%20fruta%20confitada.pdf>
5. Ordaz, Y. (03 de octubre de 2016). Aumenta el consumo de jugos envasados en México. *Milenio 2020*.

6. TRADEMAP – INTERNATIONAL TRADE STATISTICS, (2020).

Comercio bilateral entre México y Perú Producto: 20 Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas. Recuperado de:

https://www.trademap.org/tradestat/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c484%7c%7c604%7c%7c20%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1

7. Gobierno de México. "Manual de etiquetado frontal nutrimental".

Recuperado de:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/55012/ManualEtiquetado_VF.pdf

8. MarketDataMéxico, (2020). Estudio de Mercado: Comercio mayorista de

bebidas no alcohólicas y hielo en México. Recuperado de:

<https://www.marketdatamexico.com/es/estudios-mercado/comercio-mayorista-de-bebidas-no-alcoholicas-y-hielo-en-mexico>

9. Rivera, J., Muñoz, O., Rosas, M., Aguilar, C., Popkin, B.& Willett, W.

(2008). Consumo de bebidas para una vida saludable: recomendaciones para la población mexicana. 50:173-195.

https://www.researchgate.net/publication/239926790_Consumo_de_bebidas_para_una_vida_saludable_recomendaciones_para_la_poblacion_mexicana