



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

**EXPORTACIÓN DE MANTECA DE CACAO EN
DISPENSADORES INTELIGENTES DE 400 ML PARA LA
ELIMINACIÓN DE ESTRIAS AL MERCADO DE DESTINO
ESPAÑA CIUDAD DE SALAMACA**

**PRESENTADA POR
JUAN RENE RAMIREZ GUZMAN**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE MANTECA DE CACAO EN
DISPENSADORES INTELIGENTES DE 400 ML PARA LA
ELIMINACIÓN DE ESTRIAS AL MERCADO DE DESTINO
ESPAÑA CIUDAD DE SALAMACA

PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Presentado Por:

Bachiller: JUAN RENE RAMIREZ GUZMAN

LIMA – PERU

2017

INDICE

DEDICATORIA	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
1 ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	8
2 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	9
2.1 Nombre o Razón Social	9
Aspectos Legales	9
Aspectos Tributarios.....	11
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	13
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y sectorial	14
2.4 Objetivos de la Empresa, principio de la empresa en Marcha.....	16
2.5 Políticas Empresariales.....	21
2.6 Ley de MYPES Micro y pequeña empresa característicos.....	22
2.6 Estructura Orgánica.....	24
2.7 Cuadro de asignación de personal	26
2.8 Forma Jurídica Empresarial	27
2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	29
2.10 Requisitos y trámites Municipales	30
2.11Regimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	31
2.12 Registro de Planillas Electrónica (PIAME).....	34
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	35
2.14 Modalidad de contratos Laborales	35
2.15Conratos Comerciales y Resp.Civil	37
3 PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	38
3.1. Descripción del Producto	38
3.1.1 Clasificación Arancelaria.....	39
3.1.2 Propuesta de Valor	40
3.1.3 Ficha Técnica Comercial	41
3.2Investigación del Mercado Objetivo	43
3.2.1Segmentación del Mercado Objetivo.....	45
3.2.2Tendencias de consumo.....	46

3.3.1	Análisis de la Oferta	47
3.3.2	Análisis de la Demanda	48
3.4	Estrategia de ventas y distribución	49
3.4.1	Estrategia de Segmentación.....	49
3.4.2	Estrategia de Posicionamiento.....	50
3.4.3	Estrategia de Distribución	51
3.5	Estrategias de Promoción	53
3.6	Tamaño de la Planta	54
4	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	55
4.1.	Envases empaques y embalajes	55
4.1.1	ENVASE:.....	55
4.1.2	EMBALAJE.....	57
4.2	Diseño del rotulado y Marcado.....	59
4.2.1	Diseño del Rotulado	59
4.2.2	Diseño del Mercado	62
4.3	Unitarización y cubicaje de la Carga.....	63
4.4	cadena de DFI de exportación.....	67
4.4.1	Suministro de Materia Prima	67
4.4.2	Suministro del Producto terminado al exterior	68
4.4.3	Metodología de exportación.....	68
4.5	Seguro de Mercancías	69
5	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	70
5.1	Fijación de Precios.....	70
5.1.1	COSTOS Y PRECIO	71
5.1.2	Cotización Internacional.....	74
5.2.	Contrato de compra Venta Internacional (Exportadores /Importadores).....	76
5.3.	Elección y aplicación del Icoterm	78
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro.....	79
5.5.	Elección del régimen de exportación o de importación	80
5.6.	Gestión de las Operaciones de importación / exportación .Flujograma	81
6	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	83
6.1	Inversión Fija	83
6.1.1	ACTIVOS TANGIBLES.....	83

6.1.2	ACTIVOS INTANGIBLES	84
6.2	Capital de Trabajo	84
6.3	Inversión Total.....	85
6.4	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	86
6.5	Fuentes Financieras y condiciones de Crédito	86
6.6	Presupuesto de Costos.....	87
6.7	Punto de Equilibrio	89
6.8	Tributación de Exportación	90
6.9	Presupuesto de Ingresos	91
6.10	Presupuesto de Egresos	92
6.11	Flujo de Caja Proyectado.....	93
6.12	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	94
6.13	Evaluación de la Inversión.....	95
6.13.1	EVALUACIÓN ECONOMICA.....	95
6.13.2	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	96
6.13.3	EVALUACIÓN SOCIAL.....	97
6.13.4	IMPACTO AMBIENTAL	97
6.14	Evaluación del costo de oportunidad del Capital de Trabajo.....	98
6.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio	99
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	100
7.1	Conclusiones.....	100
7.2	Recomendaciones	101
	Bibliografía	102

Índice de Gráficos

<i>Figura 1 Plan de negocio según Modelo canvas</i>	8
<i>Figura 2 Búsqueda de Nombre en SUNARP</i>	9
<i>Figura 3 Reserva de Nombre SUNARP</i>	10
<i>Figura 4 Ubicación de la Planta</i>	15
<i>Figura 5 Estructura Organizacional</i>	24
<i>Figura 6 MATCH PRINT PT</i>	30
<i>Figura 7 Comparativo Regímenes</i>	35
<i>Figura 8 clasificación arancelaria manteca cacao</i>	39
<i>Figura 9 Propuesta de Valor</i>	40
<i>Figura 11 CATEGORIA DE PRODUCTOS</i>	45
<i>Figura 12 Evolución de Categorías 2015</i>	48
<i>Figura 13 Envases</i>	56
<i>Figura 14 Flujo de Carta de Crédito</i>	79
<i>Figura 15 Diagrama de Exportación Definitiva</i>	80
<i>Figura 16 Flujo Operaciones</i>	81
<i>Figura 17 Tabla Tributación</i>	90

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 ELABORACION CIUU</i>	13
<i>Tabla 2 PONDERACION ELECCION DEL LOCAL</i>	14
<i>Tabla 3 Objetivos Generales Y Especificos</i>	17
<i>Tabla 5 Cuadro de Asignación Personal</i>	26
<i>Tabla 6 Aporte de Capital</i>	28
<i>Tabla 7 Tasa de Régimen</i>	32
<i>Tabla 8 Consumo de Manteca de Cacao en el Exterior</i>	43
<i>Tabla 9 Perspectiva para diversificación de Países proveedores</i>	44
<i>Tabla 10 Principales Distribuidoras en Destino</i>	47
<i>Tabla 11 Elección del Público Objetivo</i>	49
<i>Tabla 12 Ponderación Elección Distribuidora</i>	51
<i>Tabla 13 Precio Referencial</i>	73
<i>Tabla 14 Activos Tangibles</i>	83
<i>Tabla 15 Activos Intangibles</i>	84
<i>Tabla 16 Capital de Trabajo</i>	84
<i>Tabla 17 Plan de Inversión Total</i>	85
<i>Tabla 18 Financiamiento de la Inversión</i>	86
<i>Tabla 19 Presupuesto de Costos</i>	87
<i>Tabla 20 Punto de Equilibrio</i>	89
<i>Tabla 21 Presupuesto de Ingresos</i>	91
<i>Tabla 22 Presupuesto de Egresos</i>	92
<i>Tabla 23 Flujo de Caja Proyectado</i>	93
<i>Tabla 24 Estado de Ganancias y Perdidas</i>	94
<i>Tabla 25 Evaluación Económica</i>	95
<i>Tabla 26 Evaluación Financiera</i>	96
<i>Tabla 27 Costo de Oportunidad del Capital de Trabajo</i>	98
<i>Tabla 28 Cuadro de riesgo del Tipo de Cambio</i>	99

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios que está presente en todas nuestras acciones guiándonos por el sendero del bien; a mis padres: Jorge Luis y Delia Elizabeth que son el motor de mi vía y este Grado es para ellos; a mis hermanos y sobrina Luana, que son la alegría de mí vida.

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de negocio de exportar Manteca de cacao nace como iniciativa personal de haber trabajado en el área de compras y planificación en dos de las empresas más importantes del país en el sector de maquilas y producción de consumo Masivo Compañía Nacional de Chocolates del Perú y Machupicchu Foods S.A.C, las cuales abarcan el mayor volumen en cuanto a exportaciones de Manteca de cacao para el sector alimenticio, específicamente para el sector de chocolatería.

La empresa Manteca de Caco del Perú SAC busca atacar un sector muy importante el cual es el del cuidado personal básicamente llamado Mercado de los Cosméticos el cual en el mercado Europeo específicamente España viene creciendo a un ritmo muy acelerado

Esta es una oportunidad de negocio muy importante la cual permite ingresar nuestro producto al mercado destino

Como propuesta de valor se ofrece un producto Orgánico de alta calidad, el cual Servirá para proteger la piel del frio y viento muy característico de esta zona de Europa

Por otro lado el producto es muy beneficioso dado que es un hidratante protector eficaz que deja una capa fina de aceite en la superficie de la piel humectándola

Asimismo, previene el envejecimiento dado a su riqueza en vitamina E aumentando la producción de colágeno manteniendo una piel más joven durante el tiempo

Dado que se tiene fuertes aliados tanto para el suministro de la materia prima y en destino para el abastecimiento del producto terminado hace que en nuestra gestión se minimicen riesgos logísticos

Esta propuesta de negocio esperamos sea de gran deleite para la Universidad de San Martin de Porres

1 ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

MODELO DE NEGOCIO EXPORTACION DE MANTECA DE CACAO EN DISPENSADORES INTELIGENTES 400 ml					
socios claves	Actividades claves		Oferta de Valor	Relacion Clientes	Clientes Segmento Mercado
COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES DE PERU -WINTER'S ALCANTARA COSMETICA ESPAÑA	DOSIFICACION DE MANTECA CACAO VENTAS INTERNACIONALES DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL		- Manteca de Cacao Organica en Dispensadores de 400 ML para la eliminacion efectiva de estrias en mujeres de 30 a 34 años - Producto de alta calidad con precios accesibles para el publico objetivo -facil de transportar y aplicar en la piel producto 100% Natural	a) servicio post venta (llamadas lines gratuitas) b) Redes sociales para respuesta a consultas c) lead time 3 dias para entregas en destino	Mujeres de 30 a 34 años de edad de la ciudad de Salamanca España con problemas de estrias debido al mal habito alimenticio
	Recursos Claves			Canales	
	Ingeniero Industrial Adm. Neg Internacionales Contador	Planta Procesamiento Pisco		a) Pagina Web de la Empresa con catalogo virtual b) Correo corporativo para atencion cliente y atencion a reclamos c) Portal Web para pedidos en linea	
	Financiamiento de Banco de Credito del Peru	Tecnologia Buhler para maquina Dosificadora de Manteca de cacao			
Estructura de costos			Fuente de Ingreso		
1) se realizara la adquisicion de la materia prima al proveedor Compañia Nacional de chocolates realizando el pago final al despacho del primer envio a españa del producto final , cuando tengaos el 50% de anticipo de nuestro distribuir en destino con la finalidad de no quitarnos liquidez 2) Pago Planilla Empleados Base con los que se arrancara el proyecto 4 personas 3 Costeo de pedidos minimos para despacho , se buscara poner una pequeña filial en destino - ALCANTARA COSMETICA			1) Venta de cascarilla de cacao a ganaderos esta es la merma del grano de cacao que quedara en el procedo de Fabricacion de la Manteca - Negociado por el suministrador de MP 2) venta de producto final Manteca de cacao Organico para el mercado objetivo escogido		

Figura 1 Plan de negocio según Modelo canvas

Fuente: Elaboración propia

En la figura N° 1 Se observar la realización del bosquejo del plan de negocio de la Empresa Mantecas de Cacao del Perú SAC. A continuación se desarrollara punto por punto cada ítem del modelo de negocio dándole énfasis a nuestra propuesta de valor

2 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o Razón Social

El Artículo 234 de la ley general de sociedades indica que uno de los Requisitos más importantes para estar sujeto al régimen de sociedad anónima cerrada es no tener más de veinte accionistas y los acciones no deben estar inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores esta consideración es de suma importancia para la creación de este proyecto de negocio dado que nuestra representada tendrá la denominación y la siguiente razón social MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C

Para el inicio de operaciones debemos solicitar los siguientes trámites para la inscripción de nuestra empresa los cuales se dividen en los siguientes aspectos:

Aspectos Legales

Tramites en Superintendencia Nacional de Registros públicos (Sunarp)

A) Búsqueda de Nombre en Sunarp el cual tienen un costo de S/6.00



The screenshot shows the SUNARP website interface for the 'Reserva de Nombre' process. The page title is 'SOLICITUDES >> Solicitud de Inscripción >> Reserva de Preferencia Registral' and it is 'Paso 1 de 3'. The main heading is 'RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA PARA (seleccionar el que corresponda)'. There are two radio buttons: 'Constitución' (selected) and 'Modificación de Estatus'. Below this is the section 'DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL cuya reserva solicita', with radio buttons for 'Denominación' and 'Razón Social' (selected). A list of five input fields is shown, with the first containing 'MANTECA DE CACAO DE PERU'. Below the list are dropdown menus for 'TIPO DE PERSONA JURÍDICA' (set to 'SOCIEDADES ANÓNIMAS') and 'DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA' (Department: 'LIMA', Province: 'LIMA'). There are 'Cancelar' and 'Continuar' buttons. A note at the bottom states: 'Tener en cuenta que si el pago no lo hace en línea, tendrá que realizarlo en la oficina correspondiente al departamento y provincia que elija. * Los datos son obligatorios. Estimado solicitante, UD. podrá llenar desde 01 hasta 05 denominaciones o razones sociales. Solo se concederá la reserva de una de ellas, en orden excluyente, y sólo si resulta procedente de la calificación registral.'

Figura 2 Búsqueda de Nombre en SUNARP

Fuente: (públicos, BUSQUEDA DE NOMBRE EN SUNARP)

b) Reserva de nombre vía web en la página de la SUNARP la cual tiene un costo de S/20.00



Privacidad y Seguridad | Ayuda | Términos y Condiciones | Contáctenos | Tarifas | Inicio

SOLICITUDES >> Solicitud de inscripción >> Reserva de Preferencia Registral Paso 2 de 3

NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURIDICA

Nro	APELLIDO PATERNO/ O NOMBRACION FRAZOR SOCIAL	APELLIDO MATERNO	NOMBRES	TIPO DOC.	NUM DOC.

DATOS DEL SOLICITANTE (Presentante)

Apellido Paterno: * Apellido Materno: Nombres: *

Tipo Documento: * Número de Documento: * Participación: *
 *
 * * *

Correo Electrónico: * Dirección Completa:

Operador Celular: * Número de Celular:

 *

DATOS DE PAGO

Monto: S/ 20.00 nuevos soles
 Con el formato de presentación que aparecerá al presionar el botón continuar, apersonése a la Oficina Registral correspondiente al domicilio de la persona jurídica para presentarlo y efectuar el pago correspondiente.

FORMA DE PAGO

EN EFECTIVO EN LA OFICINA REGISTRAL

Figura 3 Reserva de Nombre SUNARP

Fuente: (públicos, RESERVA DE NOMBRE, 2017)

c) Elaboración de la minuta

Documento privado, elaborado y firmado por un abogado, que contiene la declaración de voluntad de constituir la empresa. A través de una declaración de voluntad .

REQUISITOS PARA ELABORACIÓN DE MINUTA

- La Reserva del nombre en la SUNARP
- Presentación de los documentos personales.
- Descripción de la actividad económica.
- Declaración Capital de la Empresa.
- Declaración Bienes Dinerarios.
- Declaración Bienes no Dinerarios.

Fuente: (MINUTA, 2017)

d) Elaboración de la escritura pública

Documento en el cual se hace constar el hecho o derecho en el cual contiene las declaraciones de las personas intervinientes en la constitución de la empresa la cual es autorizada por un fedatario público (Notario), que da fe sobre la capacidad jurídica de los otorgantes

Requisitos para que el notario pueda elevar la escritura pública.

- Minuta de constitución de la empresa
- Pago de los derechos notariales
- Si el trámite se realiza de manera particular con una Notario el monto mínimo es de 500.00 nuevos soles
- Si este trámite se realiza a través de la Dirección Mi Empresa – Ministerio de la Producción el costo es de S/.180.00 nuevos soles

Aspectos Tributarios

a) Obtención de Ruc

Para Obtener el Registro único de Contribuyentes RUC se debe acudir a cualquiera de las oficinas de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) en la cual se otorgara un número de identificación el cual nos da la categoría de contribuyente fiscal

.Documentación a presentar

- fotocopia de mi documento de identidad (del titular).
- fotocopia recibo de agua y/o luz
- La partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos.

b) Pedido y legalización de libros contables

La legalización y pedido de libros contables se realiza a la Superintendencia nacional de administración tributaria mediante una constancia, puesta por un notario, en la primera hoja útil del libro contable

Requisitos y contemplaciones :

- Dado que actualmente se están realizando de manera electrónica esta constancia debe estar firmada por un Notario en la primera hoja suelta
- La constancia asigna un número , contiene el nombre y la denominación de la razón social, el objeto del libro, el número de folios, el día y el lugar en que se otorga, y el sello y firma del notario
- cada hoja debe estar debidamente foliada (numerada en forma consecutiva) con el sello del notario
- estos documentos aportan un mejor control de nuestras operaciones

c) REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Aspectos relevantes de verificación de las municipales:

- Zonificación y compatibilidad de uso
- Condiciones de seguridad en Defensa Civil

Para el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento son exigibles, los siguientes requisitos:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya:
- Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante
- DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación
- Vigencia de poder del representante legal
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil

2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

Se define CIU como La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas la cual es regulada y alimentada por el instituto Nacional de Estadística e Informática en el Perú apoyado por el departamento de asuntos económicos y sociales de las Naciones Unidas

El alcance del CIU abarca a todas las actividades económicas, tradicionalmente las actividades productivas, las cuales producen bienes y servicios, tal como se visualiza en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).

El propósito es ofrecer un listado de categorías de actividades productivas que se puedan utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo dichas actividades.

Nuestra empresa exportadora de manteca de cacao en la presentación de envases inteligentes 400 gr tendrá el siguiente CIUU

Tabla 1 ELABORACION CIU

CIU	C1073
SECCIÓN	C – INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
División	10 - Elaboración de productos alimenticios
Grupo	107 - Elaboración de otros productos alimenticios
Clase:	1073 - Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería

Fuente: Elaboración Propia-Cuadro CIU

2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y sectorial

La Ley 30230 es la ley que establece medidas tributarias, simplificación de procesos y permisos para la promoción y dinamización en el País la cual mediante su artículo N° 35 del capítulo v habla sobre créditos para la micro y pequeña empresa en el cual se incluye un programa para el apoyo financiero mediante, el cual la empresa Mantecas de Cacao del Perú podría acogerse a un crédito mediante el Banco de la Nación a evaluarse

Por otro lado, se evalúa la elección del domicilio fiscal por lo cual la empresa está considerando los siguientes criterios y Distritos para evaluar nuestra ubicación estratégica

Tabla 2 PONDERACIÓN ELECCIÓN DEL LOCAL

Factores/ Posible Ubicación	Pisco :Av. Fermín Tanguis	Lima : Callao	Lima :Surco
Proximidad a Proveedor	5	4	2
Disponibilidad Mano Obra	4	3	3
Energía	5	5	5
Agua	5	3	2
Desagüe	5	5	5
accesibilidad	4	2	3
Servicio Transporte	4	5	3
Zona	4	3	1
	36	30	24

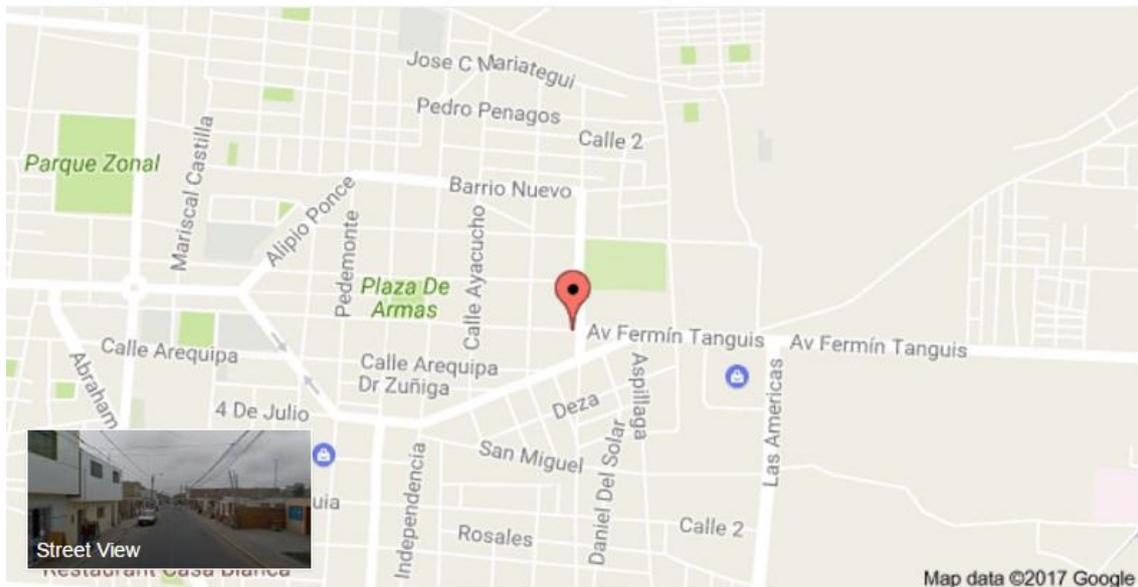
Ponderación	Calificaciones
5	Muy Bueno
4	Bueno
3	Regular
2	Malo
1	Muy Malo

Fuente: Elaboración propia – cuadro ponderación elección local comercial

La empresa escogido la Ubicación en la ciudad de pisco dado que en esta Zona se encuentra ubicada estratégicamente la planta de elaboración de Mantequilla de Cacao de nuestro socio estratégico Compañía Nacional de Chocolates dada a la cercanía a los proveedores de cacao en la ciudad de Ayacucho

Se evaluó el alquiler una propiedad de nuestro socio estratégico al monto de S/1.200 Mensual por 250 m² para el empaquetado y almacenamiento de nuestro producto final

Según los parámetros urbanísticos de esta propiedad tienen la Categoría de Planta Industrial la cual es muy conveniente asimismo se tienen un fácil acceso dado que por la espada de esta calle cruza la nueva panamericana sur



Av Fermín Tanguis 610, Pisco

Figura 4 Ubicación de la Planta

2.4 Objetivos de la Empresa, principio de la empresa en Marcha

Como Filosofía empresarial nos avocamos a servir a nuestros clientes, dando un buen trato ofreciendo un producto de calidad a buen precio y buen tiempo de entrega

Para cumplir nuestra filosofía “servir” nos hemos planteado la siguiente estrategia

Misión: Ser el mejor proveedor de Manteca de cacao en nuestra presentación

innovadora ofreciendo un producto de excelente calidad para el deleite de nuestras consumidoras

Visión: Proporcionar belleza y calidad de vida al consumidor final con un producto innovador que satisfaga las aspiraciones de bienestar y ego femenino

Valores:

- **Respeto a las personas** porque ofrecemos un producto que cumpla con lo que indica nuestra especificación técnica
- **Actuar en forma ética** porque realizaremos contratos con nuestros clientes distribuidores en destino y se cumplirá al pie de la letra
- **Responsable en el cumplimiento de normas** dado que estamos orientando el consumo de manteca de cacao para la hidratación de la piel y eliminación de estrías en mujeres

- **Leales** porque una vez que se posicione la marca en destino trabajaremos con el distribuidor autorizado que nos colaboró en las primeras compras

Objetivos

Tabla 3 Objetivos Generales Y Específicos

Fuente: Elaboración propia-Cuadro Objetivos Generales y Específicos

Objetivos	Año 1	Año 2	Año 3
Generales	Definir Políticas claras	No desarrollar Burocracia	Incrementar Ventas y mejorar ingresos monetarios
Específicos	Realizar lazos comerciales en destino para que nos apoyen con la distribución de nuestro Producto Terminado	Establecer un Flujo de operaciones Transversal en el cual todas las áreas se comprometan con la estrategia empresarial y se optimice el clima laboral	Financieramente se buscare trabajar con los proveedores un crédito a 90 días lo cual nos permita tener liquidez las distribuidora en destino deba trabajar al contado a partir del tercer año

Principios

- Satisfacción del cliente
- Las entregas a tiempo mejoran relaciones comerciales
- Transparencia
- Eficiencia

FODA DE LA ORGANIZACIÓN

Tabla 4 Matriz EFE – Evaluación de Factores Externos

Factores determinantes	Peso	Calificación	Total Ponderado
Oportunidades			
1. Asesorías Gratuitas	0.12	4	0.48
2. Alquiler cómodo	0.13	3	0.39
3. Materia Prima Disponible	0.1	1	0.1
4. Empaques flexibles a bajo precio	0.10	2	0.2
Amenazas			
1. Inestabilidad precio Cacao	0.14	4	0.56
2. Tendencia costos Cacao altos	0.12	4	0.48
3. Acopio cacao complicado	0.29	5	1.45
TOTAL	1		3.66

Tabla 5 Matriz EFI- Evaluación Factores Internos

Factores determinantes	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
1. producto con uso innovador	0.13	3	0.39
2. Empaque que extiende la vida útil del producto	0.11	2	0.22
3. Empaque practico para mujeres	0.13	5	0.65
4. Socios con gran poder adquisitivo y manejo de la industria	0.12	2	0.24
Debilidades			
1. nuevos en el rubro	0.15	4	0.6
2. nuevo uso de la manteca de cacao	0.13	2	0.26
3. Competencia aceite coco	0.12	3	0.36
TOTAL	1		2.83

Tabla 6 FODA

Factores Internos / Factores Externos	Fortalezas 1. producto con uso innovador 2. Empaque que extiende la vida útil del producto 3. Empaque practico para mujeres 4. Socios con gran poder adquisitivo y manejo de la industria	Debilidades 1. nuevos en el rubro 2. nuevo uso de la manteca de cacao. 3. Competencia aceite coco
Oportunidades	FO:	DO:
1.. Asesoría Gratis de Parte CNCH 2. Alquiler local precio cómodo 3. Materia prima disponible 4. empaques flexibles bajos precios	Aprovechar el uso innovador que se le da a la manteca de cacao mediante el un empaque que extienda la vida y cuidado del producto Terminado asimismo se tiene la asesoría gratuita en la forma de envasado con empaques a precios buenos de nuestros socios experimentados en la industria F1,F2, ,O1 ,O4 F4	Aprovechar que en nuestro País tenemos la Materia prima disponible con un empaque a precio competitivo esto apoya a que se pueda hacer la competencia al aceite de coco en el mercado de destino. O2,O3,D3
Amenazas	FA:	DA:
1. Inestabilidad producción cacao 2. Tendencia costos Cacao altos 3. Inestabilidad producción cacao	Con la ayuda de nuestros socios estratégicos, dado que tienen el poder adquisitivo para la compra de la materia prima se buscara mitigar La inestabilidad y alza de precios del cacao A1,A2, ,F4	Como somos nuevos en el mercado incrementaremos nuestra publicidad por internet para hacernos más conocidos en el nuevo mercado y poder competir reduciendo nuestros costos. D1,D2, A3

Fuente: Elaboración propia - Foda Organizacional

2.5 Políticas Empresariales

- Horarios flexibles para que el colaborador pueda realizar estudios de especialización
- Se trabajara a crédito 30 días con nuestros proveedores a partir del sexto mes de iniciado nuestras operaciones
- Se trabajará pago a la vista mediante carta de crédito con nuestro distribuidor en destino , a partir del inicio de operaciones
- La exclusividad de compra de materia prima se realizará solo a las empresas Compañía Nacional de Chocolates del Perú y Machupicchu Foods S.A.C
- Se ofrecerá un producto orgánico el cual es nuestra propuesta de valor
- se pedirá el certificado de calidad a partir de la primera compra donde indique que la manteca de cacao es orgánica
- Se solicitará a los proveedores de manteca de cacao que cumplan con certificados de inocuidad realizados en un lavatorio externo para lo cual se pedirán los siguientes análisis

ANÁLISIS DE INOCUIDAD		PARAMETRO
METALES PESADOS	PLOMO	Máx. 0,5 mg/kg
	ARSÉNICO	Máx. 1 mg/kg
DIOXIDO AZUFRE	DIOXIDO AZUFRE	Máx. 10 mg/kg
RESIDUOS DE PESTICIDAS	PESTICIDAS	Según Reglam CODEX

2.6 Ley de MYPES Micro y pequeña empresa característicos

La presente Ley 30056 tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo

La ley contempla los puntos débiles de las Mype y realidad social como falta de capital humano, poca decisión de innovación debido a recursos limitantes y la informalidad que abunda tanto en nuestro país

Asimismo, sirve para la promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía.

En cuanto a la clasificación se pueden distinguir las siguientes

a) **Microempresa:** Se consideran las ventas anuales de 159 UIT equivalentes a S/..607500

b) **pequeña empresa;** ventas anuales superiores a 150 UIT y inferiores a 1700 UIT

C) **Mediana Empresa:** ventas anuales superiores a 1700UIT pero Inferiores o monto máximo de 2300 UIT equivalente s a S/.9315000

La empresa Mantecas de Perú S.A.C tendrá las siguientes características de acuerdo a su expansión y ventas anuales proyectadas

TIPO EMPRESA	PERIODO PLANIFICADO
MICROEMPRESA	1-2 AÑO
PEQUEÑA EMPRESA	3-4 AÑO

Fuente: Elaboración Propia

Desventajas

- Dificultades en la gestión de créditos.
- Limitaciones para acceder a la información y a la investigación.
- Excesiva dependencia hacia los propietarios.
- Limitaciones para acceder al mercado externo.
- Dificultades en la inserción en mercados competitivos.

Ventajas

- transparencia de mercados.
- Genera fuentes de empleo.
- Se adapta a los cambios económicos.
- Posibilita la creatividad e inventiva personal.

2.6 Estructura Orgánica

Podemos definir estructura orgánica como la Disposición sistemática de los órganos o conjuntos que integran a una empresa en la cual podemos apreciar criterios jerárquicos y de especialización agrupados por niveles de jerarquía y su diferente interdependencia

MANTECA DE CACAO DEL PERÚ S.A.C tiene la disposición de tener un organigrama muy básico en el cual se pueda conseguir apoyo de consultores asimismo los socios conforman el staff Gerencial

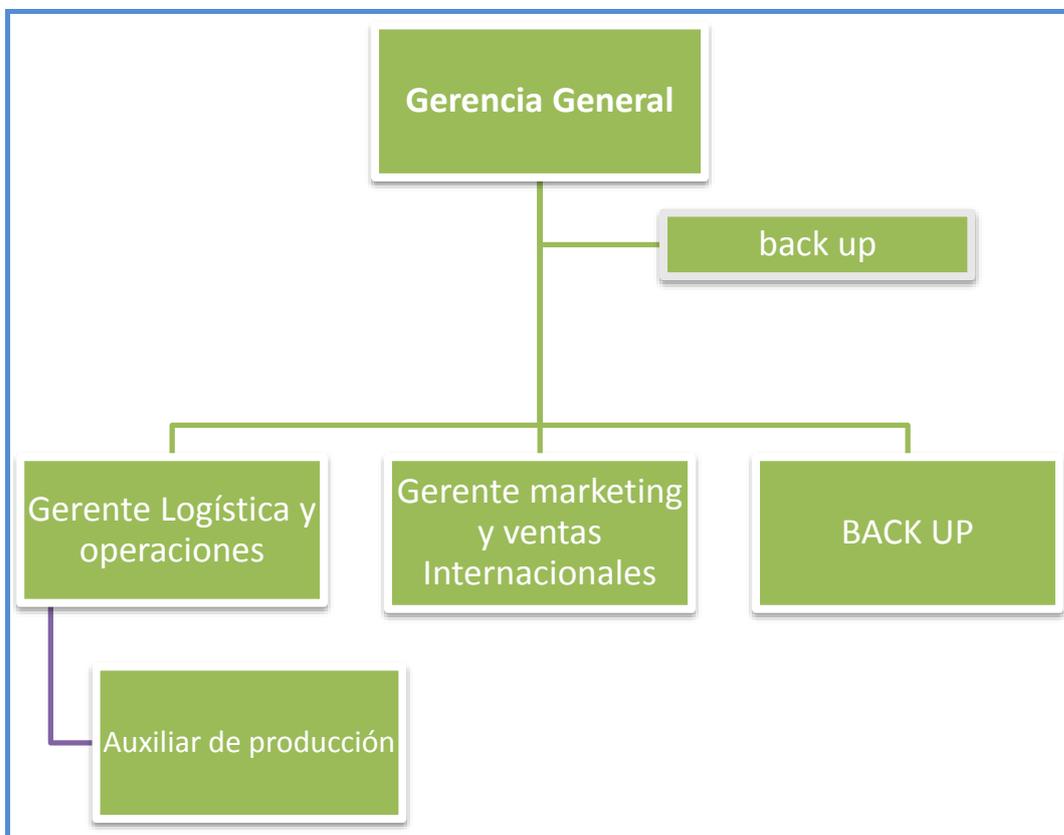


Figura 5 Estructura Organizacional

Funciones del Gerente General: Supervisar el que el plan estratégico de la organización se cumpla, así como los objetivos en el largo y corto plazo funcionen para la satisfacción del cliente interno y externo

Funciones del gerente de logística y operaciones: se considera como el pilar de la empresa dado que es el encargado de realizar la operación de abastecimiento tanto del cliente final como el cliente interno para la elaboración del Producto termina buscando optimizar recursos y capturas de ahorros

Funciones del Gerente de Marketing y ventas internacionales: conseguir la satisfacción del cliente final con ideas innovadoras, asimismo, es el encargado de posicionar la marca y acercar nuestro producto al consumidor final

Funciones del Auxiliar de Producción: Apoyo en el dosificado de la fórmula para la elaboración de producto terminado, gestionando en planta el apoyo al Gerente de Producción y Logística

Se define que este colaborador reportara directamente al gerente de Logística y operaciones

2.7 Cuadro de asignación de personal

Se considera los aspectos remunerativos de nuestra planilla inicial así como los montos remunerativos para colaborados temporales así como el órgano de apoyo el cual cumple un rol muy importante para el cumplimiento de nuestras operaciones

MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C considera la siguiente estructura de sueldos dado que es una empresa en desarrollo que recién saldrá al mercado y vera sus frutos en los 2 o 3 años siguientes

Tabla 4 Cuadro de Asignación Personal

MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C												
Planilla de remuneraciones												
										SUELDO MINIMO	S/	850
Cod.	Nombres y Apellidos	Cargo	T. REM.	SPP				Total AFP	Renta 5ta. Cat.	T. DESC.	Neto a Pagar	Aportaciones
				O.N.P.	F.P	Prima	Comision					ESSALUD
				13%	10.00%	seguro	Variable					
1	Rene Ramirez	Gerente General	3,200.00	-	320.00	39.36	49.60	408.96	227.50	636.46	2,563.54	288.00
2	Lucas Zecevic	Gerente de operaciones y logistica	3,000.00	-	300.00	36.90	46.50	383.40	-	383.40	2,616.60	270.00
3	Adolfo espinoza	Gerente de Maketing Y ventas Internacionales	2,500.00	325.00				-	105.00	430.00	2,070.00	225.00
4	Domingo Zevallos	Auxiliar de Produccion	1,000.00	130.00				-	-	130.00	870.00	90.00
			9,700.00	455.00	620.00	76.26	96.10	792.36	332.50	1,579.86	8,120.14	873.00

2.8 Forma Jurídica Empresarial

Para definir los tipos de sociedades debemos de tener en consideración que es una "Persona Jurídica".

En tal sentido se define como un ente que requiere mediante regulaciones de forma legal lograr su constitución las cual son representadas por una o más personas, asimismo indicar que no tienen existencia física como las personas naturales

Tipos de Sociedades y estructuras organizacionales

SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

- a. Junta General de Socios,
- b. Gerente, encargado de la dirección y administración de la sociedad
- c. Sub – Gerente, reemplaza al gerente en su ausencia.

SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA

- a. Junta General de Accionistas.
- b. La Gerencia
- c. Sub Gerente
- d. Directorio (opcional)

SOCIEDAD ANÓNIMA

Es una sociedad de capitales, con responsabilidad limitada. El número de socios no puede ser inferior a dos (2) personas naturales o jurídicas.

Se encuentra formada por los siguientes órganos:

- a. Junta General de Accionistas
- b. El Directorio, elegido por la Junta General de accionistas
- c. La Gerencia, nombrado por el Directorio, la cual es el representante legal y administrador de la empresa

MANTECA DE CACAO DEL PERÚ S.A.C ha elegido la modalidad de sociedad anónima cerrada porque presentamos en nuestra estructura organizacional 3 accionistas de gran envergadura los cuales subvencionaran el proyecto con un aporte del 78%, el cual se detalla a continuación

Tabla 5 Aporte de Capital

Cargo	Aporte Capital	% Participación
ACCIONISTA 1	35000	31%
ACCIONISTA 2	30000	27%
Gerencia General	20000	18%
Gerencia de logística y Operaciones	10000	9%
ACCIONISTA 3	9000	8%
Gerencia de Marketing y ventas	7500	7%
APORTE TOTAL CAPITALES	111500	100%

Fuente: Elaboración Propia - Aporte de Capital

2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Mediante la Ley de Propiedad Industrial (Decreto Legislativo N° 823 del 23 de abril de 1996) en el artículo°3

La protección reconocida por la presente Ley recae, entre otros, sobre los elementos constitutivos de la propiedad industrial que se detallan a continuación:

- ❖ Patentes de invención
- ❖ Certificados de protección
- ❖ Modelos de utilidad
- ❖ Diseños industriales
- ❖ Secretos industriales
- ❖ Marcas de productos y de servicios
- ❖ Marcas colectivas
- ❖ Marcas de certificación
- ❖ Nombres comerciales
- ❖ Lemas comerciales
- ❖ Denominaciones de origen

Fuente: (MARCA, 2017)

La marca es importante dado que es la base y/o la esencia de lo que hacemos y ofrecemos al consumidor final, es aquello que tiene la finalidad de diferenciar nuestra mercadería ante los ojos del consumidor, asimismo, lleva la identidad de nuestra empresa

Cuando se habla de fonética y figurativa vemos la relación de nuestro producto final en base a otros y el objetivo es diferenciarnos en el mercado

Hemos definido la Marca Mi Piel, ya que será nuestra abanderada en el País de destino para el uso de mujeres para la eliminación de estrías



Figura 6 MATCH PRINT PT

Considerar que es un prototipo puede variar al finalizar el proyecto

2.10 Requisitos y trámites Municipales

El plazo para otorgar la licencia de funcionamiento a toda persona natural y/o jurídica no debe ser mayor a quince días hábiles asimismo se debe de brindar el apoyo y facilidades para la entrega de documentación y solicitud de licencia de funcionamiento en las municipalidades

Para el caso de Manteca de cacao de Perú S.A.C se realizara en la ciudad de Pisco

Requieren la siguiente documentación

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento
- Certificado de inspección
- Informe Técnico de Defensa Civil Básica
- Certificado de Defensa Civil de detalle
- Copia del RUC
- Copia del DNI, de ser el solicitante una persona jurídica
- Croquis de Ubicación del establecimiento
- Pago por derecho de trámite

INDECI (INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA CIVIL):

Es el ente regulador de defensa civil actualmente de acuerdo al procedimiento se estaba otorgando permisos indefinidos una vez pasada la inspección pero actualmente se está evaluando que toda empresa debe pasar mínimo la frecuencia de 1 a 2 años dadas a las incidencias que han pasado en la actualidad (Caso Larcomar)

Actualmente, los requisitos que se solicitan para pasar una auditoria con INDECI

- Contar con un extintor portátil PQS/ABC
- Contar con señaléticas de seguridad
- Utilizar cables solidos protegidos con canaleta y/o otros
- Utilizar interruptores termo magnético
- Tablero eléctrico metálico
- Tomacorriente con tapa ciega
- Botiquín de primeros auxilios

2.11 Regimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades

Para proceder a solicitar el ruc de la empresa se requiere acercarse a las oficinas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y presentar la siguiente documentación

1. El documento de identidad del representante legal.
2. El recibo de algún tipo de servicios o del autovalúo, para sustentar el domicilio fiscal.
3. La partida registral certificada por Registros Públicos, de una antigüedad menor a los 30 días.
4. Si declaras establecimiento(s) anexo(s), debes llevar uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo en original y copia simple.

Regímenes tributarios

En la actualidad, existen tres (03) Regímenes Tributarios los cuales son Normados por la Sunat

1. Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)
2. Régimen Especial de Renta (RER)

3. Régimen General de Renta (RG)

Nuevo Régimen Único Simplificado - RUS

Es el régimen donde se encuentran las personas o negocios de menor movimiento económico

Pueden acogerse a este Régimen: Personas Naturales y Sucesiones Indivisas que contemplen lo siguiente:

- a. Los Ingresos Brutos y el monto de las compras no sean mayor a S/ 360,000
- b. El valor de los activos fijos no sean mayor a S/ 70,000
- c. Deben realizar actividades en un solo establecimiento o sede productiva.

Tabla 6 Tasa de Régimen

Categoría	Ingresos	Hasta	S/.
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

Fuente: Elaboración Propia

Régimen Especial del Impuesto a la Renta - RER

Es el régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría

Su tasa es de 1.5% de los ingresos netos mensuales.

Requisitos para acogerse al RER

El monto de sus ingresos netos no debe superar los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.

El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios y vehículos, no debe superar los S/. 126,000

Se deben desarrollar las actividades generadoras de rentas de tercera categoría con personal afectado a la actividad que no supere las 10 personas por turno de trabajo.

El monto acumulado de sus adquisiciones afectadas a la actividad, no debe superar los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.

Régimen General del Impuesto a la Renta

Se considera un régimen con un impuesto que grava las utilidades

Se debe realizar pagos a cuenta mensuales por el Impuesto a la Renta.

Se presenta Declaración Anual.

Comprobantes de Pago y otros Documentos que pueden emitir

- a) Facturas
- b) Boletas de venta
- c) Tickets
- d) Liquidación de compra
- e) Notas de crédito
- f) Notas de débito
- g) Guías de remisión remitente
- h) Guías de remisión transportista

Tributos Afectos

- ✓ I.G.V.: 18 % del valor de venta, con deducción del crédito fiscal
- ✓ Impuesto a la Renta: 30% sobre la renta neta.
- ✓ Libros y Registros Contables
- ✓ Hasta 150 UIT de ingresos brutos anuales:
- ✓ Registro de Compras
- ✓ Registro de Ventas
- ✓ Libro Diario de Formato Simplificado
- ✓ Ingresos brutos anuales mayores a 150 UIT
- ✓ Contabilidad Completa

Luego de desarrollar los régimen de la Sunat la empresa Manteca de cacao de Perú S.A.C iniciara sus operaciones bajo la modalidad de Régimen General del impuesto a la renta

2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La nueva planilla electrónica consta de dos componentes: el registro de información laboral o T-registro y el PDT PLAME

Es imprescindible llenar primero el T-registro antes de enviar el PDT PLAME

Es un aplicativo el cual el empleador ingresa la información laboral y de seguridad social del empleador

Además proporciona otros datos como empleadores a los cuales destaco o desplazo personal, establecimiento con actividades de riesgo

La empresa Manteca de Cacao de Perú S.A.C se acogerá a este aplicativo porque esta interconectado con la RENIEC en tiempo real, menos dificultoso y es amigable de fácil uso

Permite elaborar y verificar la planilla mensual

Se ingresa con el usuario y clave de la clave sol de la SUNAT mediante el cual sincroniza datos con T-registro

Se puede registrar las vacaciones del personal, adelantos, compensación de tiempos de servicio, bonos de productividad, etc

2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

El régimen laboral especial promueve y apoya a que las empresas se formalicen asimismo busca el desarrollo de la micro y pequeña empresa es un facilitador para el acceso de derechos laborales

A continuación, se detalla un cuadro comparativo

Referencia	Régimen General	Régimen Especial
Remuneración	S/ 850	S/ 850
Descanso semanal y feriados	14 horas continuas y pagos sobretiempo	14 horas continuas y pagos sobretiempo
Vacaciones	1 sueldo	½ sueldo
Despido arbitrario	Una y media remuneración por año.	Media remuneración por año
ESSALUD	9%	9%
CTS	Aplica	No aplica
Utilidades	Aplica	No aplica
Gratificaciones	2 sueldos al año	No aplica
Asignación familiar	Aplica	No aplica

Figura 7 Comparativo Regímenes

FUENTE: USMP Lic. Albert Cerna Cueva

2.14 Modalidad de contratos Laborales

Para definir las modalidades de contratos laborales empezaremos definiendo que es un contrato.

Podemos definir contrato como acuerdo voluntario entre una persona natural y una persona jurídica o natural, mediante el cual se pone en disposición del segundo su propio trabajo (subordinación) a cambio de una remuneración

Asimismo, es el vínculo laboral que hay entre dos partes buscando el cumplimiento de objetivo, genera un conjunto de derechos y obligaciones para el Colaborador y el empleador

Tipos de contratos de trabajo

1. Contrato a plazo indeterminado o indefinido:

Se define como el contrato que tiene fecha de inicio pero no una fecha de terminación puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causal justificada que amerite el despido del trabajador.

Se realiza en forma verbal, no es necesario que el trabajador exija un contrato escrito, pero sí asegurarse de estar registrado en las planillas de la empresa

2. Contrato a plazo fijo o determinado

También denominado Sujeto a Modalidad. Es el contrato donde la prestación de servicios se realiza por un tiempo determinado para una necesidad específica.

El plazo de duración máximo no debe superar los 5 años.

Asimismo existe una subdivisión para los tipos de contratos sujetos a modalidad

- Temporal: inicio de actividad, necesidad mercado, reconversión empresarial.
- Ocasional: ocasionalita, suplencia y emergencia.
- Accidental: específico, temporada e intermitente.

Se debe considerar para los trabajadores que estén bajo esta modalidad que los beneficios que poseen los del régimen a plazo indeterminado

MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C ha elegido para contratar a sus colaboradores la modalidad Plazo Fijo o determinado y a partir del tercer año por política empresarial empiezan a trabajar bajo la modalidad de contratos indefinidos

Nota: Considerar que el organismo que vela por que se cumplan los derechos laborales es el Ministerio de trabajo y Promoción del Empleo

2.15 Contratos Comerciales y Resp.Civil

Para este punto definiremos que es un contrato comercial y que es Res. Civil

Se define el **contrato comercial** como un acuerdo legalmente constituido entre dos o más partes las cuales se vinculan mediante la firma de un acuerdo estipulado

Asimismo, contemplar que los contratos pueden ser escritos o verbales y ser redactados de manera formal o informal

Se define **Resp.civil** como la obligación de resarcir un contrato que empiece como consecuencia del daño provocado por un incumplimiento de contratos (responsabilidad contractual) o de reparar el daño a que no existía un vínculo previo (responsabilidad extracontractual),

Sea la Naturaleza del contrato se exige habitualmente el resarcimiento mediante el pago de indemnizaciones por perjuicios

Actualmente, se puede destacar los siguientes Tipos de contratos los cuales serán parte de la parte legal de MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C

Contrato de venta al exterior: Para este punto se identificara el contrato comercial para el suministro de nuestra distribuidora en destino mediante el cual nos emitirán una orden de compra anual con despachos parciales, los montos en TN se precisaran en el módulo Financiero

Contrato de Suministro Nacional de Materia Prima y Material de empaque: Para este punto se ha realizado conversaciones para el suministro exclusivo en el sector Nacional de Mantequilla de Cacao con Compañía Nacional de Chocolates de Perú S.A la cual nos suministrara la Materia Prima redactando un contrato por 2 años de 24 A 32 TN de Mantequilla de Cacao procesada en la ciudad de Pisco

Para en caso de empaques se realizó la negociación de Plástico dispensador 400 ML con el Proveedor Nacional PLASICORP especialista en esta categoría en cual nos suministrara los empaques con el diseño final durante nuestras dos temporadas de Prueba

Contrato de Agencia de Aduanas y Agencia de Carga: Actualmente se vienen negociando los estándares para este contrato buscamos buenos precios y calidad de servicio

Clausulas y penalidades: Hemos desarrollado la estrategia del FILL RATE , mediante el cual se otorgará una penalidad del 10% para pedidos de Materia Prima y Material de Empaque que no lleguen en los plazos estipulados (LEAD TIME 15 DIAS puesta la Orden de Compra)

3 PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del Producto

La manteca de cacao es un producto que se deriva del proceso de prensado a altas temperaturas del grano de cacao el cual tiene propiedades de hidratación y antioxidantes, indicar que es un producto usado en la industria de Farma para la elaboración de Jabones y en la industria chocolatería para la producción de Dulces, manjares y Jaleas

MANTECA DE CACAO DEL PERÚ S.A.C mediante su estrategia de internacionalización ha definido como Producto Bandera a la Marca: “Manteca de cacao Mi piel” en la presentación de 400 ML enfocándose en el cuidado de la piel mediante las propiedades que tienen la materia prima de exfoliación y atenuación de estrías



3.1.1 Clasificación Arancelaria

En comercio exterior se entiende como clasificación arancelaria a la denominación de un sistema integrado para clasificar mercancías el cual sirve para mantener un orden de las mercancías en el país de origen y destino

Las codificaciones del arancel de aduanas tienen por finalidad designar códigos aduaneros utilizados 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)

Manteca de Cacao del Perú S.A.C a designado la siguiente partida arancelaria para la exportación de la manteca cacao orgánico en Dispensadores Inteligentes de 250 Gr

SECCIÓN:IV	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS
CAPITULO:18	CACAO Y SUS PREPARACIONES
18.03	Pasta de cacao, incluso desgrasada.
18.03	Pasta de cacao, incluso desgrasada.
1803.10.00.00	- Sin desgrasar
1803.20.00.00	- Desgrasada total o parcialmente
18.04	Manteca, grasa y aceite de cacao.
1804.00.11.00	- - Con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%
1804.00.12.00	- - Con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 165%
1804.00.13.00	- - Con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 165%
1804.00.20.00	- Grasa y aceite de cacao
18.05	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.
1805.00.00.00	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante
18.06	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.

TIPO DE PRODUCTO: DS.340-2014-EF-DS.314-2014-EF-FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

OTROS REQUISITOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN CON OTROS PAISES.

CORRELACIONES	CONVENIOS	RESTRICCIONES	DESCR. MINIMAS	IND.CRITERIOS	RESOL. CLASIF.
----------------------	------------------	----------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------

Figura 8 clasificación arancelaria manteca cacao

Fuente: (ARANCELARIA, 2017)

3.1.2 Propuesta de Valor

La Propuesta de valor de la empresa MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C será ofertar un producto Orgánico joven en el mercado; el cual dará la solución a la atenuación de estrías de las mujeres que se encuentran dentro de nuestro mercado objetivo

Asimismo, busca la diferenciación con otros productos mediante el uso de un material de empaque moderno, práctico e inteligente; el cual facilite la vida del público usuario

No solamente el producto se enfoca en atenuar las estrías de la piel por el contrario esta materia prima ayuda a exfoliar e Hidratar la piel

- Cualitativas: Producto novedoso, diseños de primera, marca propia,
- Cuantitativas: precio competitivo, calidad de primera, rapidez en el servicio post venta

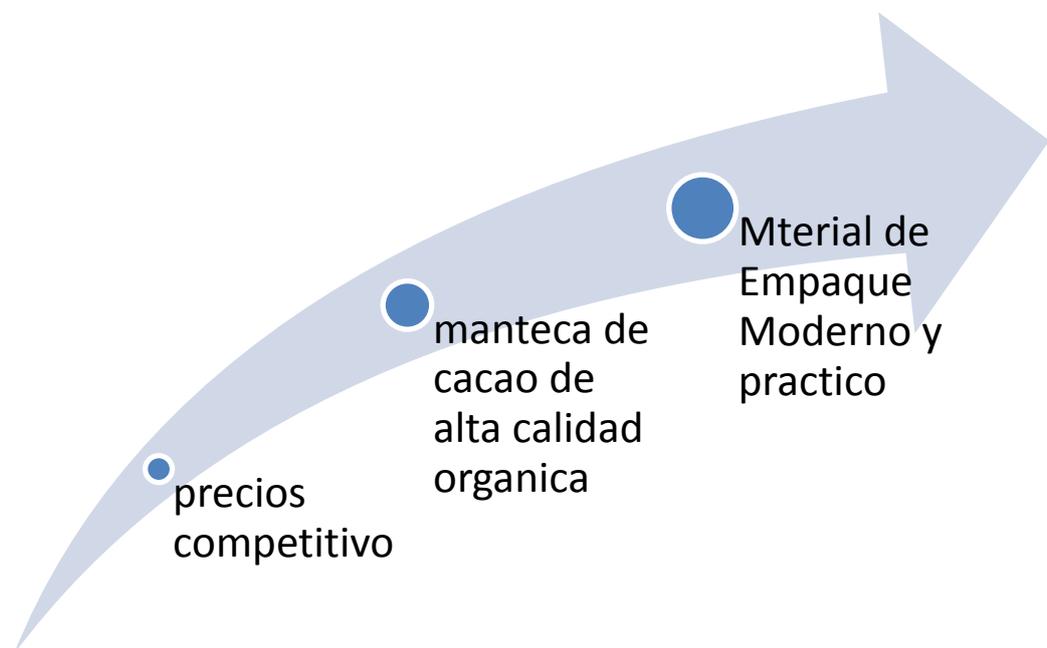


Figura 9 Propuesta de Valor

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 Ficha Técnica Comercial

ESPECIFICACIÓN TÉCNICA DE MANTECA DE CACAO ORGÁNICA		CODIGO	ID.ET.M.321
		VERSION	01
		APROBACION	01/05/2017
I. DESCRIPCION DE MATERIA PRIMA			
Grasa sólida de origen vegetal, compuesto de la mezcla de los ácidos grasos principalmente palmítico, esteárico y oleico, temperada en forma de bloque rectangular. Obtenida del prensado de la masa de cacao orgánica procedente de los granos de cacao orgánico, tostados, partidos y sin cáscara.			
II. COMPOSICION DE LA MATERIA PRIMA			
Producto elaborado con ingredientes orgánicos seleccionados: Manteca de cacao orgánica; obtenida del grano de cacao tostado orgánico sin cáscara, molido y refinado el cual es prensado para la extracción de la manteca de cacao orgánica.			
III. CALIDAD FISICOQUIMICA			
ANALISIS	ESPECIFICACION TECNICA	UNIDAD DE MEDIDA	FREC. CONTROL
Humedad	Máx. 0,5	%	CoA
Contenido de acidez (% expresado como ácido oleico)	Máx. 1,7	%	CoA
Punto de fusión	30 – 34	°C	CoA
Aflatoxinas B+G	Máx 10	ppb	CoA
Ocratoxinas A	< 5	ppb	CoA
IV. CALIDAD MICROBIOLÓGICA			
ANALISIS	ESPECIFICACION TECNICA	FREC. CONTROL	
Recuento Aerobios Mesófilos	Máx. 1 x 10 ³ ufc/g	CoA	
Coliformes Totales	< 10 ufc/g	CoA	
Enterobacterias	Negativo/g.	CoA	
Mohos	<10 ufc/g.	CoA	
Levadura	<10 ufc/g.	CoA	
V. CALIDAD SENSORIAL			
ANALISIS	ESPECIFICACION TECNICA	FREC. CONTROL	
Color	Amarillo pálido	CC/MR	
Sabor	Característico a manteca de cacao	CC/MR	
Olor	Característico, libre de olores extraños y desagradables	CC/MR	
<p>C.C : Analizado por Control de Calidad cada vez que ingrese un nuevo lote. C.S: Revisado por Control de calidad con una frecuencia semestral. COA: Debe de estar presente en el certificado de calidad del fabricante. M.R: Motivo de rechazo. C.I: Debe de ser emitido en un certificado de calidad por el fabricante una vez al año.</p>			
VI. USO DEL INSUMO			
Para fines industriales, destinado al consumo humano. En la producción de Chocolate Orgánico; en confitería y en productos con sabor u olor a chocolate (Cosmética)			

VII. METODO DE EMPAQUE Y ROTULADO		
Envase de polietileno de alta densidad conteniendo 400 gr y 250 gr de producto y una caja de cartón corrugado conteniendo 24 UN. El empaque deberá proteger al producto de la contaminación para que no altere sus características de calidad e inocuidad y lo preserven durante su transporte y almacenamiento. De tener etiqueta o marcaciones en el empaque deberá contar con la siguiente información del producto: Nombre del fabricante, Lote del producto, Fecha de producción, Fecha de vencimiento, etc.		
VIII. CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO		
Debe estar almacenado bajo condiciones sanitarias apropiadas; sobre pallets, en ambiente fresco y seco. El recinto de almacenamiento debe estar libre de plagas y olores fuertes o desagradables, alejado de la luz directa. Almacenar a 18 °C – 20 °C y 50 a 60 % de H.R.		
IX. VIDA UTIL		
La vida útil del insumo es de 12 meses.		
X. PREPARACION Y/O MANEJO PREVIO AL USO O PROCESAMIENTO		
No requiere ningún manejo previo, su uso es directo.		
XI. CONDICIONES DE RECHAZO		
* Cuando el producto no cumpla con los requisitos fisicoquímicos, microbiológicos o sensoriales de la especificación. * En todos los ingresos deben de adjuntar el certificado de calidad con los análisis correspondientes. * La materia prima recepcionada, esta no debe de sobrepasar el 50 % de su vida util.		
XII. REFERENCIAS		
Información Técnica como Fichas técnicas de proveedores. Digesa RM 591-2008 MINSA III. PRODUCTOS GRASOS III.1 Mantequillas y margaritas		
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
_____	_____	_____
Auxiliar de Producción	Gerencia Logística y producción	Gerencia General

3.2 Investigación del Mercado Objetivo

La Investigación de mercados facilita la identificación de grupos de consumidores con aptitudes y/o necesidades similares

Este aporte de información es de gran relevancia y tiene como objetivo el diseño de una estrategia de penetración al mercado destino, ayudando a salvaguardar los intereses y el capital de inversión

Se ha identificado que la unión europea es un fuerte consumidor e importador de manteca de cacao como materia prima y aceite, España se encuentra en el puesto 11 importando 5910 Toneladas de manteca de cacao en el año 2015 con este indicador se resalta que España es un fuerte importador de la materia prima lo cual es de gran importancia dado que conocen el producto base

Tabla 7 Consumo de Manteca de Cacao en el Exterior

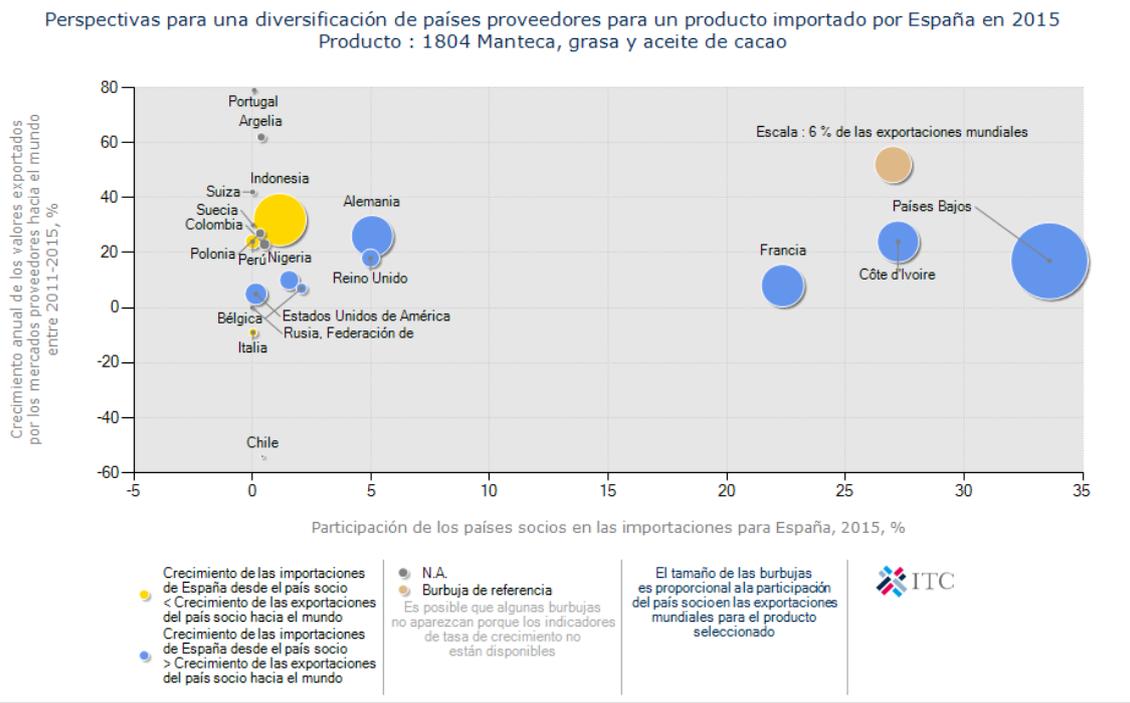
Importadores	Indicadores comerciales			
	Valor importada en 2015 (miles de USD)	Cantidad importada en 2015	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	5312879	879121	Toneladas	6043
Unión Europea (UE 15) Aggregation	2796360	467222	Toneladas	5985
Alemania	785090	122987	Toneladas	6384
Países Bajos	483967	86459	Toneladas	5598
Bélgica	477517	74683	Toneladas	6394
Reino Unido	347020	59159	Toneladas	5866
Francia	310631	63002	Toneladas	4930
Italia	189207	28408	Toneladas	6660
Irlanda	45722	8089	Toneladas	5652
Suecia	45233	6286	Toneladas	7196
Austria	30232	4582	Toneladas	6598
España	29755	5910	Toneladas	5035
Finlandia	28998	4077	Toneladas	7113
Grecia	19865	2925	Toneladas	6791
Portugal	2305	372	Toneladas	6196
Dinamarca	773	280	Toneladas	2761
Luxemburgo	45	3	Toneladas	15000

Fuente: (CENTER, 2017)

Como principales fuentes de aprovisionamiento al mercado español tenemos a indonesia Polonia y Peru

Siendo España un consumidor con participación del 6% del Mercado Mundial

Tabla 8 Perspectiva para diversificación de Países proveedores



Se ha elegido España porque Según los datos ofrecidos por la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética de España (STANPA) las ventas en el mercado de destino aumentaron este año en un 3,25% con relación al 2015 alcanzando una facturación de 6.660 millones de euros ; dato importante dado que el país escogido se está teniendo un fuerte movimiento de ventas

3.2.1 Segmentación del Mercado Objetivo

El Mercado de Destino escogido es España debido al crecimiento de volúmenes de venta con relación al año 2015

Se ha segmentado el Mercado de destino en las siguientes categorías

Categoría Perfumes y Fragancia: Abarca todo los productos líquidos que generan buen olor para hombres y mujeres

Categoría Cosméticos decorativos: esta categoría se designa por los esmaltes pinta uñas, maquillaje de labios, sombras para parpados, maquillaje en polvo

Categoría cuidado de la Piel: comprende todos los productos que están en contacto directo con la piel como humectantes, anti acné, exfoliantes, limpiadores faciales

Categoría Cuidado del Cabello: Esta categoría comprende las diferentes clases de Shampoo , fortificantes , acondicionadores

Aseo Personal: Jabones, dentífricos

España es un mercado que le gusta cuidarse. El gasto promedio por persona en productos de perfumería y cosmética es de 139 euros al año, por encima de la media europea de 120 euros. De hecho, España es 4º país de la Unión Europea en cuanto a la inversión que el consumidor hace en productos de perfumería y cosmética, en relación a la renta per cápita, por delante de grandes mercados como Reino Unido, Francia o Alemania. De las cinco grandes categorías en las que podemos clasificar al sector, los productos para el cuidado de la piel y para el cuidado personal son los que más se consumen, con un 28% y 25% respectivamente. Sin embargo, España se caracteriza por un consumo de perfumes superior a la Unión Europea con un 19% frente a un 15%. Además, los productos destinados al cuidado del cabello tienen un gran peso en nuestro país con un 19% del consumo. Por último, la cosmética de color representa un 9% del sector.



Figura 10 CATEGORIA DE PRODUCTOS

Fuente: (Stanpa, 2017)

3.2.2 Tendencias de consumo

El consumo de perfumes y cosméticos en el mercado español creció un 3,25% durante 2016 un promedio de ventas de 6.660 millones de euros

Asimismo según la Stanpa (ASOCIACION DE PERFUMERIA Y COSMETICA) Las exportaciones aumentaron en más de mil millones desde 2010 y ya superan los 3.500 millones de euros

Los consumidores en el mercado destino están apostando por el uso de nuevos perfumes de alta gama donde se observa un crecimiento del segmento del 5%

La moda de los selfies y la importancia de la imagen en redes sociales disparan el consumo de cosméticos y cuidados faciales de un 12%

El consumo de cosméticos y perfumes se consolida para el año 2016 en un crecimiento positivo y aumenta las ventas en un 3,25% hasta los casi 6.660 millones de Euros. Es el segundo año que el sector manifiesta una evolución en positivo, después de las importantes caídas sufridas desde 2008.

Las cinco grandes categorías de productos en las que se divide el sector (perfumes y fragancias; cosmética de color; cuidado de la piel; cuidado del cabello e higiene personal) han tenido un comportamiento positivo, destacando los crecimientos en cosmética decorativa con un 8% y perfumes y fragancias con un 4%.

3.3 Análisis de la Oferta de la Oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la Oferta

Para el análisis de la Oferta en el Mercado de destino se ha elaborado un análisis de las principales marcas que ofertan las Distribuidoras escogidas en el mercado de destino

A continuación se aprecia las principales Marcas que comercializan las distribuidoras en destino:

Tabla 9 Principales Distribuidoras en Destino

Distribuidoras Potenciales	CATEGORIA	MARCA
ALQVIMIA	ACEITE VEGETALES	ACEITE ROSA MOSQUETA
	ACEITE CORPORAL	ACEITE CORPORAL RELAJANTE DE LAVANDA
	AROMATERAPIA	Essential Candle Anti-Stress
ABRIL ET NATURE	CELULAS MADRES	CELL INNOVE - CAPILAR
	KERATIN	KERATINT TREAMEN - CAPILAR
	CORRECTIVE LISS	CREATIVE LISS - CAPILAR
ALCANTARA COSMETICA	COSMETICA CORPORAL	HIDRO-AVENA A5 Crema corporal
	COSMETICA CORPORAL	HIDRO-AVENA A5 Gel refrescante para piernas
	COSMETICA FACIAL	HIDRO-REGENERADORA A5 Máscara antiarrugas
BOTANICAPHARMA	COSMETICA FACIAL	ACEITE DE ALMENDRAZ
	COSMETICA CORPORAL	ACEITE DEL ARBL DEL TE
	COSMETICA CORPORAL	ACEITE DE KRILL MARINO
MAYSTAR COSMETICA	COSMETICA CORPORAL	BODY CREAM - Crema Anticelulítica Reductora
	COSMETICA CORPORAL	SENSORY ESSENTIALS-ACEITE LAVANDA
	COSMETICA CORPORAL	Crema Reafirmante Modelante de Cuerpo y Senos
FUENTE : ELABORACION PROPIA		

Las empresas del sector español se están volviendo altamente competitivas en todas las categorías del mercado dado que están invirtiendo muchos recursos y dinero en investigación y desarrollo de nuevos productos y nuevos empaques que mejoren y alarguen la vida de los productos

Asimismo según la fuente stampa indican que la competencia del mercado informal mediante productos adulterados supone una pérdida de ingresos de 949 millones de euros anuales

3.3.2 Análisis de la Demanda

Se estima que el sector tiene actualmente un consumo de unos 6.400 millones de euros/año.

Esta cifra convierte a España en el quinto mayor mercado dentro de la UE en el consumo de de productos en las siguientes:

- Categoría Perfumes y Fragancia
- Categoría Cosméticos decorativos
- Categoría cuidado de la Piel
- Categoría Cuidado del Cabello
- Aseo Personal

Se puede apreciar en la siguiente grafica que la evolución de la demanda en los años 2007 y 2008 llego al mayor auge un promedio de 7800 MM Euros en ventas

Se tuvo una caída desde el 2013 hasta el 2014 pero en la actualidad se viene recuperando de una manera satisfactoria los volúmenes de venta



Figura 11 Evolución de Categorías 2015

Fuente: (Cosmetica, 2017)

El mercado español se está diversificando debido a la tendencia del cuidado personal tanto para hombres como para mujeres está creciendo, en la actualidad todas las personas están expuestas en Facebook y otras redes sociales por ende la imagen personal es muy importante

3.4 Estrategia de ventas y distribución

3.4.1 Estrategia de Segmentación

La segmentación de la categoría a la que aplica la Empresa Mantecas de Cacao de Perú S.A.C es cuidada de la piel

El público objetivo segmentado son mujeres solteras dado que por tendencia son las que invierten más dinero en su cuidado personal un promedio de 100 a 139 Euros en productos de perfumería y cosmética

Se ha elaborado el siguiente cuadro ponderativo el cual ayudo a elegir el público

Tabla 10 Elección del Publico Objetivo

Mujeres de 26 - 30	4	5	5	5	19
Mujeres de 30 - 34	5	5	5	5	20
Mujeres de 34 - 38	3	3	1	5	12
NIVEL DE INGRESOS	DESCIPCION		TENDENCIA CONSUMO	DESCIPCION	
5	4001 - 5000 EUROS		5	SIEMPE	
4	3001 - 4000 EUROS		4	CASI SIEMPRE	
3	2001 - 3000 EUROS		3	A VECES	
2	1001 - 2000 EUROS		2	CASI NUNCA	
1	0 - 1000 EUROS		1	NUNCA	
AFLUENCIA A GIMNASIOS	DESCIPCION		AFLUENCIA A SPA Y/O PELUQUERIAS	DESCIPCION	
5	SIEMPE		5	SIEMPE	
4	CASI SIEMPRE		4	CASI SIEMPRE	
3	A VECES		3	A VECES	
2	CASI NUNCA		2	CASI NUNCA	
1	NUNCA		1	NUNCA	

objetivo específico debido a las siguientes variables consideradas

Los resultados arrojaron que las mujeres de 30 a 34 años tienen un nivel de ingreso promedio de 4001 – 5000 Euros

Asimismo la tendencia de consumo es que siempre están consumiendo cremas, aceites, para el cuidado de la piel

También se evaluó el nivel de afluencia a gimnasios y spas el cual arrojó que nuestro segmento de mercado va constantemente a estos centros que son de gran importancia para definir la estrategia de promoción

3.4.2 Estrategia de Posicionamiento

La meta de toda la empresa es posicionar sus Marcas en el mercado o segmento elegido, también se busca que las marcas se mantengan en el tiempo y que el consumidor final se sienta identificado con ellas, esto genera un flujo de compra efectivo el cual apoya a la rentabilidad empresarial

La empresa Manteca de cacao de Perú S.A.C está Ofreciendo un producto diferenciado dado que es netamente orgánico el cual no usara persevantes que dañen o estén en contacto con la piel del consumidor ; esto generara el enfoque de dar confianza con el consumidor final porque la piel no estará expuesta a químicos

El posicionamiento es el trabajo inicial de introducirse en la mente del consumidor con una idea que se está negociando, ingresa de la Marca Manteca de cacao Tu piel en Farmacias y Supermercados que trabajen las 24 horas para que de esa forma puedan adquirirlos a la hora que quieran donde quieran

Por otro lado, se inventará la comunicación directa con nuestro cliente objetivo con un aplicativo mediante la técnica del Crowdsourcing online para que propongan mejoras, el cual tendrá el link original de nuestra de nuestra página de Facebook en la parte reversa del material de empaque

Se ha identificado las siguientes claves para desarrollo y posicionamiento de la marca

- desarrollar un eslogan fácil breve y fácil de recordar haciendo honor a la empresa
- ser continuista con el eslogan para entrar en la memoria del cliente
- ofrecer servicios post vendad de alta calidad
- estar visibles en la plaza consiguiendo preferencias en las góndolas
- identificar mensajes positivos con nuestra , mente positiva mensajes que sumen y no resten , folleto pequeño
- Se ofrecerá productos de buenos de calidad con un servicio excepcional

Por otro lado nos apoyaremos con una vía Bloggera muy conocida en el mercado de destino de Salamanca (España) llamado Issaweis la cual La señorita Issa Weiss promociona productos Naturales de la categoría cuidado de la piel

Fuente (ISASAWAIS, 2017)



Ilustración 1 Isasaweis -Blogger

3.4.3 Estrategia de Distribución

MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C mediante su estrategia de penetración en el Mercado español se está enfocando en la venta mediante un Distribuidor el cual se evaluó según las siguientes características y ponderaciones

Tabla 11 Ponderación Elección Distribuidora

ALQVIMA	3	1	3	3	10
ABRIL ET NATURE	3	2	4	3	12
ALCANTARA COSMETICA	4	4	4	4	16
BOTANICAPHARMA	4	1	3	4	12
MAYSTAR COSMETICA	3	1	3	4	11

Posicionamiento Mercado	Descripcion	ROTACION DE INVENARIOS	DESCRIPCION
5	MUY POSICIONADO	5	PRODUCTOS ROTAN CADA 7 DIAS
4	POSICIONADO	4	PRODUCTOS ROTAN CADA 15 DIAS
3	REGULARMENTE POSICIONADO	3	PRODUCTOS ROTAN CADA 30 DIAS
2	NO POSICIONADO	2	PRODUCTOS ROTAN CADA 45 DIAS
1	NADIE LO CONOCE	1	PRODUCTOS ROTAN CADA 60 DIAS

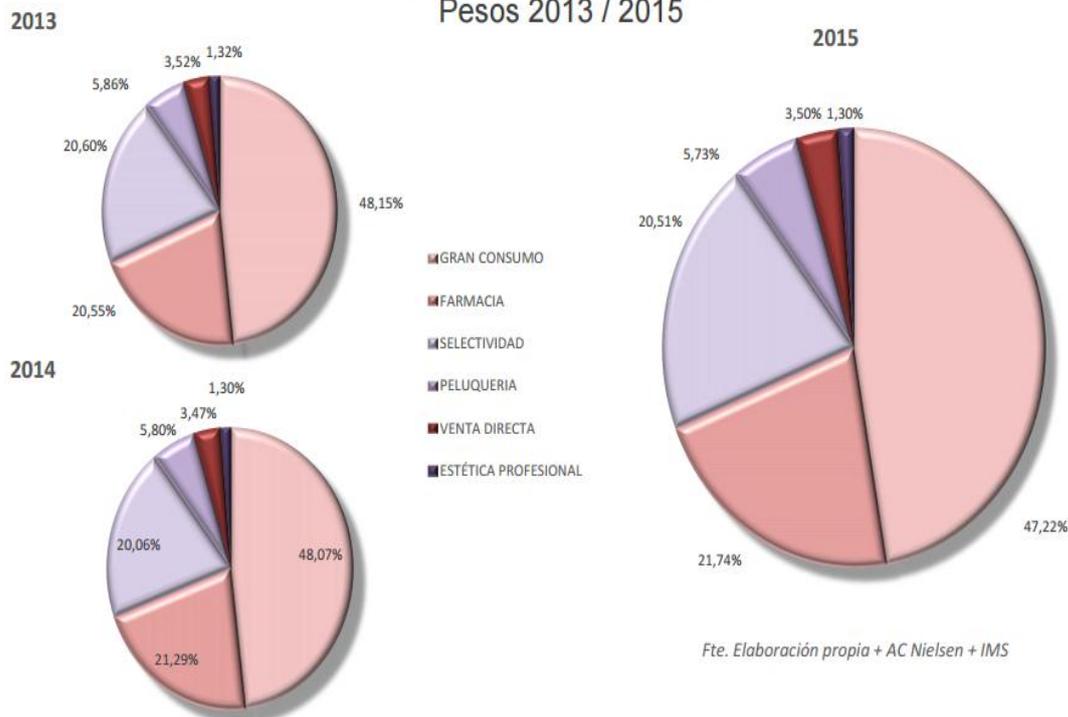
Condiciones de Pago	Descripcion	Marcas Conocidas en Destino	DESCRIPCION
5	contado	5	DE 5 A MAS
4	50% adelanto - 50% 30 dias	4	DE 4 A MAS
3	50% adelanto - 50% 60 dias	3	DE 3 A MAS
2	30% adelanto - 70% 90 dias	2	DE 2 A MAS
1	credito a 120 dias	1	DE 1 A MAS

FUENTE : ELABORACION PROPIA

Alcántara Cosmética será el distribuidor en destino elegido en la ciudad de Salamanca (España) dado que es un proveedor conocido en el Mercado de destino el cual tiene Marcas propias y se encuentra en busca de nuevos desarrollos asimismo tiene los siguientes canales de distribución para llegar al consumidor Final los cual es muy beneficioso para Manteca de Cacao de Perú S.A.C

Se han identificado los siguientes canales de distribución para la Manteca de cacao que se ofertara en el mercado de destino pero usaremos en primera instancia los siguientes Peluquerías, venta directa, estéticas profesionales y Farmacias

Canales de distribución Pesos 2013 / 2015



Contacto:

Departamento Internacional / International Department
 José Alberto Pineda Pérez - sales@alcantaracosmetica.com

Contacto / Contact
 C/ Arribes del Duero, 59-65, P.I. El Montalvo II
 37008 Salamanca
 Tel.: +34 923 190 030
 sales@alcantaracosmetica.com
 marketing@alcantaracosmetica.com
 www.alcantaracosmetica.com

La distribución que se usara es vía marítima para compras 1 FCL (Contenedor)

Dado que para las primeras compras no se realizara una exportación en volumen grande se usara los envíos mediante la modalidad EXPORTA FACIL (SERPOST)

3.5 Estrategias de Promoción

Manteca de Cacao del Perú fidelizará a el comprador final con los siguientes beneficios post venta sin ningún costo adicional realizando un Marketing Mix

Para comenzar se sabe que los empaques son vendedores silenciosos que dan la cara al consumidor final por tal motivo el empaqué de la Marca Ofrecida indicara que se oferta un producto orgánico con una presentación especial la cual está aportando a que la vida útil del producto se prolongue

Se realizaran ofertas por la compra de Packs de 6 UN se regalara Un lipstick

Se realizará Activaciones en los Gimnasios que se encuentran dentro del Mercado de Destino con apoyo de nuestra área de marketing ofreciendo productos Publicitarios (POP) Polos, Gorros y papelería

Se realizará activaciones la cual constara de pruebas y entregas de muestras de 25 Gr a manera de muestra para que el público objetivo pruebe el producto en Gimnasios, SPA Y Peluquerías

La entrega de muestras será censada con el llenado un formato con datos básicos como Nombre y Apellidos, correos electrónicos, números telefónicos, gimnasios a los que asisten, spas a los que asisten, etc.

Lo que se Busca con estas activaciones es que el público objetivo pruebe el producto el cual tiene la propiedad natural Orgánica de eliminar estrías, exfoliar y mejorar la piel

Asimismo con los datos proporcionados en las activaciones se realizara posteriormente una campaña vía mailing de nuestro producto Bandera en la cual se indicara las propiedades del producto y publicidad ara que la marca se haga conocida

3.6 Tamaño de la Planta

Se ha realizado la siguiente evaluación para la elección de la planta según los siguientes criterios y Distritos dentro y fuera de Lima para mitigar riesgos de abastecimiento y producción del envasado

Factores/ Posible Ubicación	Pisco :Av. Fermín Tanguis	Lima : Callao	Lima :Surco
Proximidad a Proveedor	5	4	2
Disponibilidad Mano Obra	4	3	3
Energía	5	5	5
Agua	5	3	2
Desagüe	5	5	5
Accesibilidad	4	2	3
Servicio Transporte	4	5	3
Zona	4	3	1
	36	30	24

Ponderación	Calificaciones
5	Muy Bueno
4	Bueno
3	Regular
2	Malo
1	Muy Malo

Fuente: Elaboración propia – cuadro ponderación elección local comercial

La empresa escogido la ubicación en la ciudad de Pisco dado que en esta Zona se encuentra ubicada estratégicamente la planta de elaboración de Manteca de Cacao de nuestro socio estratégico Compañía Nacional de Chocolates dada a la cercanía a los proveedores de cacao en la ciudad de Ayacucho

Se evaluó el alquiler una propiedad de nuestro socio estratégico al monto de S/1.200 mensual por 250 m² para el empacado y almacenaje de nuestro producto final

Según los parámetros urbanísticos de esta propiedad tienen la Categoría de Planta Industrial la cual es muy conveniente asimismo se tienen un fácil acceso dado que por la espada de esta calle cruza la nueva panamericana sur

4 PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases empaques y embalajes

La empresa Manteca de Cacao de Perú S.A.C tiene como estrategia de distribución realizar el envío efectivo del producto Bandera, “Manteca de cacao Orgánica al Mercado de destino España “

Se envasará manteca de cacao líquida para la cual es necesario un empaque primario que permita que el cliente final pueda usar el producto de manera fácil y práctica

Es necesario envasarlo dado que de esa manera el producto se cuidará, preservará y cuidará las propiedades y bondades del producto

La forma física del producto es líquido cremoso, se sugiere que el producto esté protegido al calor, luz, humedad, golpes y vibraciones

4.1.1 ENVASE:

Se busca mediante la creación del envase que el consumidor final tenga la facilidad y practicidad de usar el producto

Para este punto la Empresa Manteca de Cacao del Perú S.A.C ha seleccionado la siguiente categoría de material **“Envases y embalajes de plástico “**

Esta variedad de envases pueden ser utilizados para líquidos, cuentan con dispensadores lo cual evita la pérdida del producto asimismo preserva las bondades del producto y lo protege de microorganismos del entorno



Figura 12 Envases

Esta es la Propuesta de Machtprint como producto final de la representada Manteca de Perú S.A.C



4.1.2 EMBALAJE

Para embalar el producto con envase primario se utilizara cajas de cartón (recomendadas agroindustrialmente) porque poseen las siguientes características:

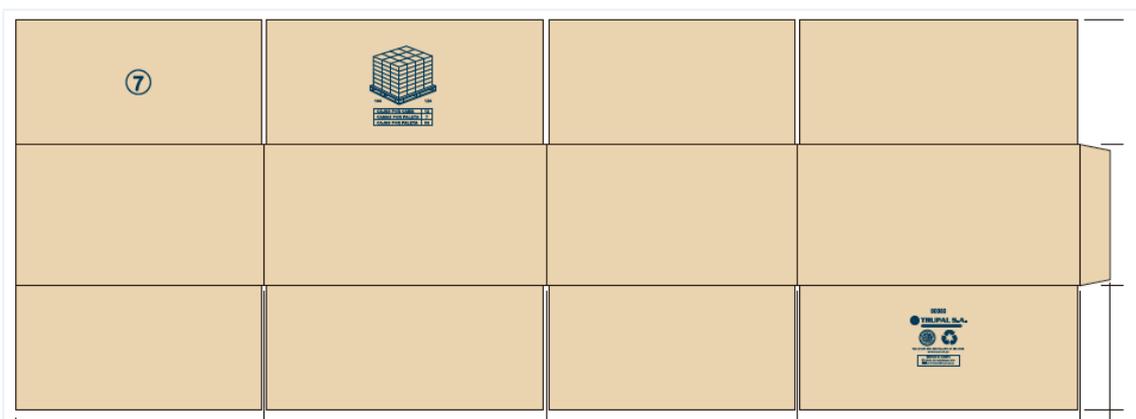
- Son resistentes
- Son de bajo costo
- Responde a las especificaciones del comprador en cuanto al mercado
- Para facilitar su manipulación se utilizaran cajas de cartón corrugado

Caja:

De cartón. Medidas: 40*30*10 CM

Resistencia: 150 kg Apilamiento

ANALISIS BCT



Para el embalaje se evaluo el aprovisionamiento de las siguientes empresas para las cuales se a revisado los siguientes criterio

EMPRESAS	LEAD TIME	EXPERTIZ /TIEMPO MERCADO	COSTO CLISSES
TRUPAL	7 DIAS	49 AÑOS	USD 130
CARTONES DEL PACIFICO	10 DIAS	9 AÑOS	USD150
CERUTI	7 DIAS	69 AÑOS	USD 150

FUENTE : ELABORACION PROPIA

Se escogió como mejor distribuidor a la empresa TRUPAL dado que tienen un mejor tiempo de entrega 7 días, el precio está por debajo del mercado, tienen una expertiz de 49 años en el mercado

4.2 Diseño del rotulado y Mercado

4.2.1 Diseño del Rotulado

La etiqueta del producto es uno de los instrumentos más valiosos para que los consumidores puedan saber que ingredientes hay en los productos finales

Con el solo hecho de leer la etiqueta se obtiene la información básica del producto y proteger al consumidor.

En el Mercado Europeo todas las etiquetas deben tener como contenido descrito los ingredientes del producto en orden de mayor a menor concentración; Todos ellos deben ser seguros y deben estar cubiertos por la legislación europea.

Los productos que estén en contacto con la piel están sujetos a la **normativa europea** que exige que la información debe estar impresa en la etiqueta y el envase para que el consumidor esté adecuadamente informado. Son siete elementos los cuales deben estar descritos

- **Nombre del producto**
- **Dirección de la compañía**
- **Función y/ o uso del producto**
- **Precauciones de empleo**
- **Contenido**
- **Lista de ingredientes**
- **Fecha de caducidad o la duración tras la apertura**
- **Número de lote**

La mayoría de los símbolos usados en cosmética y perfumería son iguales en toda Europa. Así, el consumidor puede identificarlos independientemente de dónde lo compre y del idioma en el que esté escrito.

Contenido neto



Este no es un símbolo específico para la cosmética, aunque la mayoría de los productos lo incluyen, no es obligatorio. El icono 'e' aparece si el producto se envasó siguiendo uno de los sistemas de control estadístico existentes, el "sistema de rellenado medio", que está definido en la legislación.

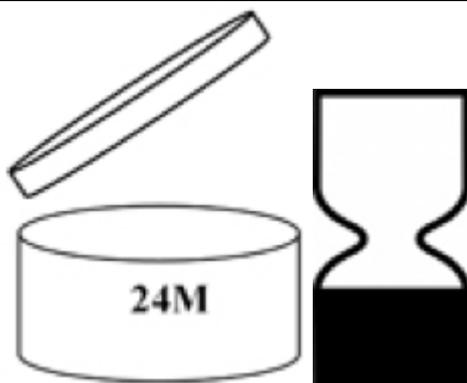
Independientemente de este símbolo, el contenido neto corresponde a la cantidad de producto existente en el momento de su fabricación y se indica en número en gramos (g) o mililitros (ml) según sea sólido o líquido. Aunque es obligatorio por norma general, se puede prescindir de él cuando el contenido no alcanza los 5 g o 5 ml; en envases de un solo uso, o en muestras gratuitas.

Si los productos se venden como parte de una colección, también debe aparecer en el envase el número de elementos. Por ejemplo, 10 ampollas.

Ingredientes

INGREDIENTS

Compuesto principalmente de ácido palmítico (2-6%); ácido esteárico (15-25%); ácido oleico (60-70%); ácido linoléico (5-15%); ácido linoleico (<1%), así como una original fracción insaponificable que le confiere una gran capacidad hidratante y emoliente. Contiene antioxidantes como los tocoferoles (vitamina E)). Se han detectado otros compuestos específicos como alcoholes triterpénicos, cuya propiedad de reducir la inflamación; ésteres de ácidos cinámicos, que tienen una capacidad limitada de absorber radiación ultravioleta (UV), y lupeol, que impide los efectos del envejecimiento de la piel inhibiendo enzimas que degradan las proteínas de la piel. La manteca de karité O Cacao también protege la piel estimulando la producción de proteínas estructurales por células dérmicas especializadas. Se conoce sobre todo a esta grasa por sus propiedades hidratantes por lo que es utilizada en la composición de numerosos preparados de la industria cosmética.



Cualquier producto cosmético con una vida útil inferior a los 30 meses debe indicar en su envase una 'fecha de consumo preferente'. Puede aparecer junto a un reloj de arena seguido de la fecha concreta o por la frase "utilizar preferentemente antes de" seguido de la fecha.

Para productos con una vida útil superior a los 30 meses se indica una 'fecha de consumo una vez abierto', que equivale al número de meses durante los que el producto permanece en buenas condiciones tras su apertura inicial.

Un tarro abierto con el número de meses dentro o cerca es el símbolo empleado para representar esta fecha. Por ejemplo, 24 meses.

Algunos productos no están obligados a llevar estas fechas porque no se deterioran. Los aerosoles, que están sellados de manera muy efectiva, productos sin riesgo de contaminación o los paquetes o envases de un solo uso, por ejemplo.

Reciclaje



En Europa, todas las empresas están obligadas legalmente a reciclar y recuperar los embalajes de sus productos. En España, Ecoembes y Ecovidrio son las entidades sin ánimo de lucro constituidas para hacer posible que los envases tengan una segunda vida. El símbolo del 'punto verde' es el que se utiliza normalmente e indica que el fabricante está cumpliendo con la

Información adicional

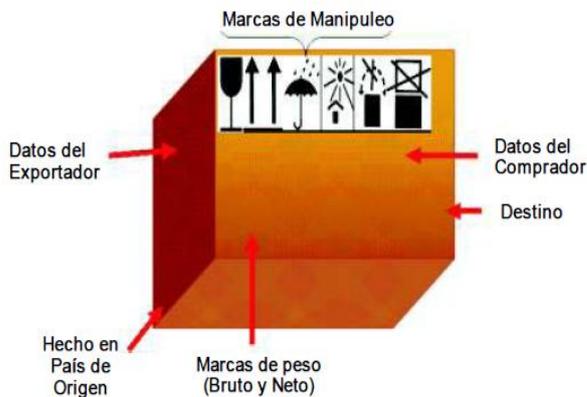


Encontraremos el símbolo de la "mano sobre el libro" cuando no hay suficiente espacio en el envase para incluir las advertencias, la lista de ingredientes o las instrucciones para el uso adecuado del producto. Este símbolo te indica que el fabricante ha incluido esta información dentro del envase o en el punto de venta donde esté disponible para el consumidor. Por ejemplo, en un folleto aparte.

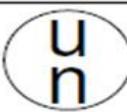
4.2.2 Diseño del Mercado

Marcas

- Nombre y dirección del expedidor
- Nombre y dirección del destinatario
- Nombre y teléfono del responsable
- Marca de especificaciones de las Naciones Unidas
- Designación oficial de transporte
- Número UN



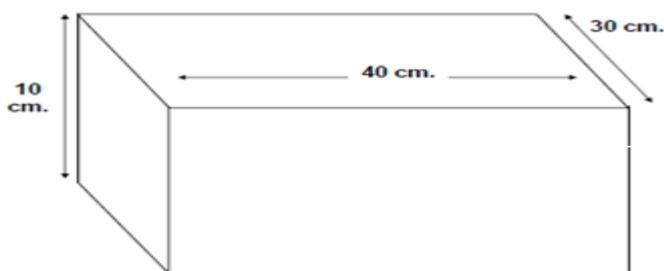
MARCAO

MARCAS	
EXPEDIDOR PINCO PALLINO TIMELY LOGISTICS BP 102 ERAGNYOISE F-95613 CERGY PONTOISE	DESTINATARIO AB NORMAL LAB PASTEUR CERBA RUE DE L'EQUIERRE F-44567 FORT DE FRANCE
PERSONA DE CONTACTO EN CASO DE EMERGENCIA 24H/24H Dr. RED PEPPER: +67 56 45 34 23	
	4G/CLASE 6.2/02 F/BVT 312103
	SUSTANCIA INFECCIOSA PARA EL SER HUMANO UN2814

4.3 Unitarización y cubicaje de la Carga

UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA

Las paletas usadas para el transporte generalmente son de madera, normalmente se usa un tipo de madera resistente; deben estar secas y en condiciones apropiadas para aceptar clavos sin astillarse ni rajarse. Considerando las dimensiones de la caja 400* 300 * 100mm., éstas serán estibadas en columnas sobre tarima de 1200 * 800 mm.



DIMENSIÓN DE LAS CAJAS DE CARTÓN

Caja:

De cartón. Medidas: 40*30*10 CM

Resistencia: 150 kg Apilamiento

Pallet: Estándar de madera

Medidas: 800 mm. * 1200 mm

Pallet: Estándar de madera

PALET SEMI FUERTE(F/T)

Medidas : 120 x 80 x 13 cm

Resistencia aprox. : 1600 kg.

Peso aprox.palet : 6.5 kg



CONTENEDOR

Dimensiones:

Largo; 5,898 mm.

Ancho; 2,352 mm.

Altura; 2,393 mm.

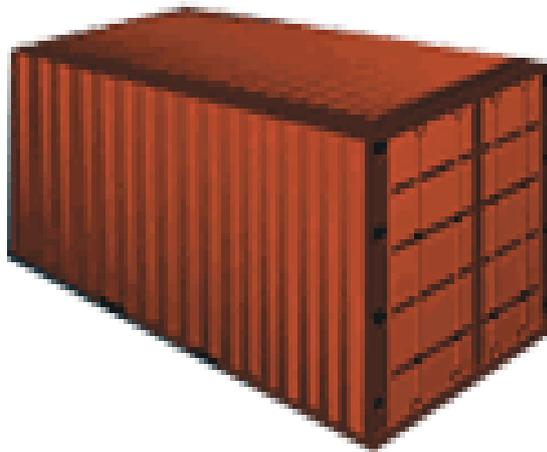
Apertura puerta:

Ancho; 2,340 mm.

Alto; 2,280 mm. |

Tara: 2,300 kg. | **Peso bruto máximo de carga:** 28,180 kg.

Peso bruto máximo total: 30,480 kg. | **Capacidad:** 33.2 m³



STANDARD 20' x 8' x 8'6 .

Contenedores disponibles y preparados para cualquier carga seca normal,.

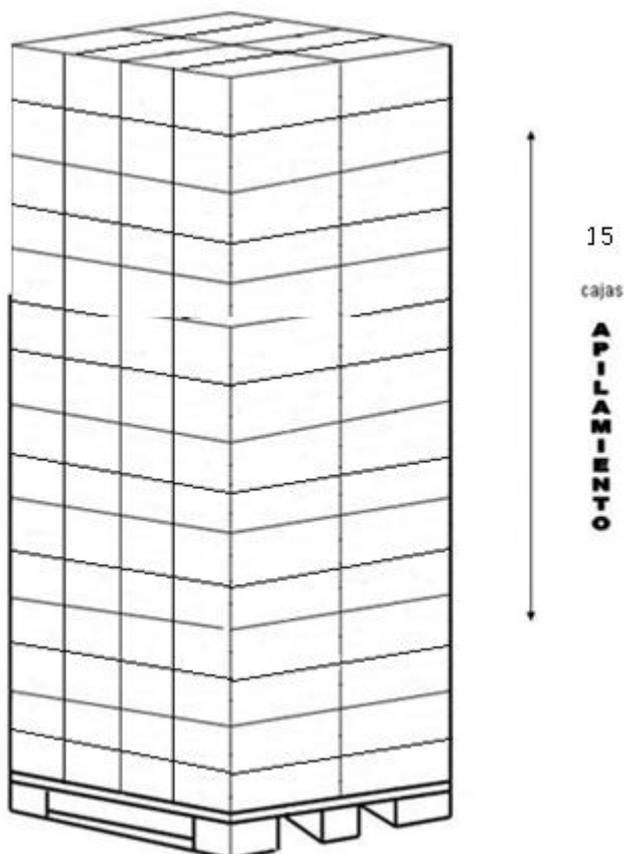
CUBICAJE

En una caja entran 24 unidades del producto

En la base de la paleta caben 8 cajas

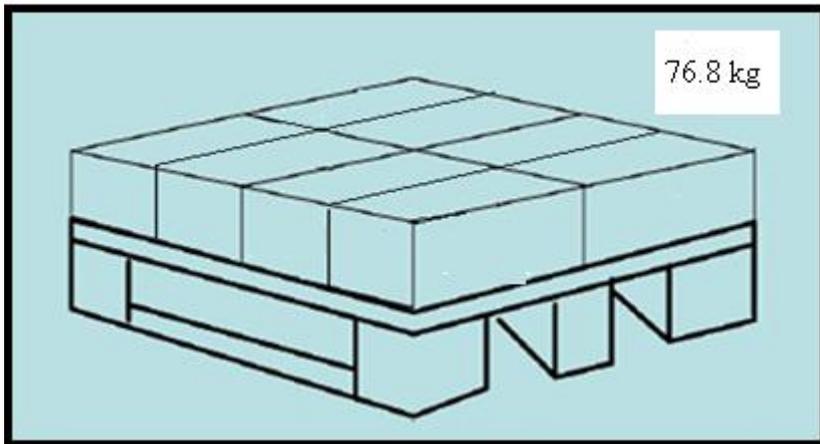
Dado que la altura máxima de apilamiento para las cajas sobre las paletas es de 2m., y la altura de cada caja es de 10cm.; entonces, cada paleta tendrá un nivel de apilamiento de 10 cajas

Una caja (24 Unid]): 400 G peso Unit



- Ocho cajas en la base: $8 \times 24 \times 0.4 \text{ kg.} = 76.8 \text{ kg}$

- Considerando el nivel de apilamiento:
- 8 cajas (base) * 15 apilamiento = 120 cajas/ paleta
- Peso de Manteca Orgánica por paleta: 120 cajas x 0.4 kg x 24 = 1152 Kg./ paleta
+ tara del palet



4.4 cadena de DFI de exportación

4.4.1 Suministro de Materia Prima

Manteca de Cacao de Perú SAC realizara el suministro de la Manteca de cacao orgánica del proveedor Compañía Nacional de Chocolates Perú S.A Asimismo , se identificó que la empresa Machupicchu Foods podría ser el segundo proveedor en caso quedaríamos desabastecidos de la materia prima ambos ubicados en la ciudad de pisco

La Planta de envasado Manual de Manteca de cacao de Perú S.AC se encuentra en la ciudad de Pisco ubicado en la Calle Fermin Tanguis 610 está ubicada estratégicamente cerca a ambos proveedores

En el siguiente cuadro se explican los parámetros escogidos para la elección de la ubicación en la ciudad de Pisco dado que en esta Zona se encuentra ubicada estratégicamente la planta de elaboración de Manteca de Cacao de nuestro socio estratégico Compañía Nacional de Chocolates dada a la cercanía a los proveedores de cacao en la ciudad de Ayacucho

Se evaluó el alquiler una propiedad de nuestro socio estratégico al monto de S/1.200 mensual por 250 m²para el empacado y almacenaje de nuestro producto final

Factores/ Posible Ubicación	Pisco :Av. Fermín Tanguis	Lima : Callao	Lima :Surco
Proximidad a Proveedor	5	4	2
Disponibilidad Mano Obra	4	3	3
Energía	5	5	5
Agua	5	3	2
Desagüé	5	5	5
accesibilidad	4	2	3
Servicio Transporte	4	5	3
Zona	4	3	1
	36	30	24

Ponderación	Calificaciones
5	Muy Bueno
4	Bueno
3	Regular
2	Malo
1	Muy Malo

Fuente: Elaboración propia – cuadro ponderación elección local comercial

4.4.2 Suministro del Producto terminado al exterior

Luego del Proceso de envasado realizado en la ciudad de Pisco se realizarán los envíos a la ciudad de España de acuerdo a necesidad y planeamiento de nuestra distribuidora en Destino Alcántara Cosmética

Se ha evaluado tercerizar los servicios principales como son:

- Agencia Aduanas
- Agencia de Carga
- Aduanas y distribución

4.4.3 Metodología de exportación

La metodología de exportación fue determinada en base a nuestra cantidad a exportar, por ello nos acogeremos al Régimen General de **EXPORTACIÓN DEFINITIVA**, el cual requiere la intervención de una agencia de aduana, en nuestro caso trabajaremos con Ransa, ya que nos brinda un buen servicio de seguridad y a un precio accesible.

4.5 Seguro de Mercancías

En la actualidad, 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 para los siguientes casos:

- 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

En la actualidad, en el Perú existen 4 aseguradoras, las cuales están fuertemente posicionadas

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

Actualmente se busca lo siguiente

- Flexibilidad.
- Flexibilidad en Contratación.
- coberturas rigen frente a pérdidas y/o daños que puedan sufrir tus bienes durante el transporte
- Asesoría directa e in situ de Administración de Riesgos y Control de Perdidas en Transporte de Carga.

5 PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 Fijación de Precios

En el mercado de los cosméticos en el país de destino hay tres tipos de cálculos de precios al distribuidor en destino

En el sector de venta rápida y precios bajos se trabaja con un margen del 50% al 70% de ganancia con respecto al precio de compra.

En el sector medio se trabaja con un margen del 130% al 190% de ganancia.

En los sectores de exclusivos se trabaja con márgenes de ganancias que van del 200% al 350%.

Estos porcentajes varían de acuerdo a nivel de rentabilidad que desea obtener la empresa

5.1.1 COSTOS Y PRECIO

COSTOS DE PRODUCCIÓN:

Se ha visto conveniente realizar la compra de la Materia Prima al proveedor Compañía Nacional de Chocolates de Perú y en el caso tuviera problemas de aprovisionamiento nos apoyaríamos con la empresa Machupicchu Foods ambas empresas tienen plantas de procesamiento de Manteca de cacao en la ciudad de Pisco

A continuación se detalla los costos de producción del producto terminado que estamos proponiendo en este proyecto de negocio

El precio cotizado para 2 tipos de Manteca de cacao (Orgánica) depende de los volúmenes de compra pero los proveedores de materia prima establecieron en sus cotizaciones un pedido mínimo de compra de 1 Tonelada equivalente a 1000 KG

Manteca de cacao Orgánica	Cantidad	Costo Unitario KG	Costo Total mensual
Proveedor CNCH DEL PERU S.A	1000 KG	S/ 18.50	S/. 18500
Proveedor: Compañía Nacional de Chocolates de Perú Bolsa plástica interna y caja de cartón corrugado externa. Peso neto: 25 kg Peso bruto: 25.60 kg Medidas: 40 x 30 x 25 cm Precio por 1 TM 18500			

Manteca de Cacao Deodorizada	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total mensual
Proveedor Machupichu foods	1000KG	S/. 19.00	S/. 19000
Proveedor: Machupicchufoods S.A Bolsa plástica interna y caja de cartón Peso neto: 25 kg Peso bruto: 25.50 kg Medidas: 40 x 30 x 25 cm Precio por TM 19000			

COSTOS Y GASTOS

Costos Fijos			
Sueldos	Gerente General	S/. 3,200.00	S/. 3,000.00
	Gerente de operaciones y logística	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
	Gerente de Marketing y ventas	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00
	Auxiliar producin	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
		TOTAL CF	S/. 9,500
Alquiler Mensual x 10 m2	12	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00

COSTOS VARIABLES DIRECTOS

Etiquetas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Etiquetas para PT	1000	S/. 0.15	S/. 150.00
Proveedor: CH Y V GRAFICOS			
Cajas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Caja de Cartón	1000	S/. 1.75	S/. 1,750
Proveedor: TRUPAL			
Envases	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Plastico soplad dispensador 400 ML	1000	S/. 0.85	S/. 850
Proveedor: CARTONES DEL PACIFICO			

COSTOS VARIABLES INDIRECTOS

Concepto	Monto
Servicio de Luz	S/. 350.00
Servicio de Agua	S/. 50.00
Servicio de Teléfono e Internet	S/. 85.00
TOTAL	S/. 272.00

COSTOS DE GESTIÓN PARA EXPORTAR				
	Cantidad	Costo	Costo Total	Costo Total
Exporta Fácil	2	S/. 1,070.50	S/. 2,141.00	USD 658.77
Seguro	2	S/. 162.60	S/. 325.20	USD 100.06
			S/. 2,466.20	USD 758.83

Tabla 12 Precio Referencial

		Monto Calculado
Costo de Producción		S/. 6550
Costo de Gestión		S/. 2456.2
TOTAL		S/. 9006.2
Determinación del Precio Unitario	Número de Envases Aceite cacao	762
	Costo Unitario	S/. 18.01
	Utilidad 50%	S/. 9
	Precio de Venta	S/. 39.81
	Tipo Cambio	S/. 3.25
	Precio en Dolares	USD 12.25

5.1.2 Cotización Internacional

MANTECAS DEL PERU S.A

AV FERMIN TANGUIS 610 –PISCO-PERU

Fone: 2236233 / 961934383 Fax 4071-7660 rener3615@gmail.com ,
rene.ramirez@mantecasperu.pe

COTIZACION PPBR 0231/17

LIMA, 25 de Abril de 2017

Polígono Industrial El Montalvo II,
C/ Arribes del Duero 59-65,
37008 Salamanca / ESPAÑA

Salamanca – España

Fono+34 923 190 028

A.C.: /Santiago Ales

E-mail: sales@alcantaracosmetica.com

Presupuesto a su petición:

item	Descripción	Cantidad	Valor. Unid.	Valor Merc.	imagen
01	CACAO ORGANICO EN ENVASES INTELIGENTES 400 ML –USO COSMETICO-CJ 24	762 UN	USD 12.25	USD 9334.5	

Valor Total USD 9334.5

CONDICIONES DE PAGO

50% a la vista 50% Emisión de Factura

. **VALIDEZ DE LA OFERTA:** 15 días

CONDICIONES DE ENTREGA

El producto estará en el Puerto del Callao dado que se exportará en FOB, para la cuenta del cliente los gastos de transporte, seguros e impuestos derivados de este medio de transporte..

IMPUESTOS

Los precios no incluyen los precios de Aduanas, pueden incrementarse impulsada por los cambios en la legislación tributaria en destino

GARANTIA

Será 1 año para los defectos de fabricación del envase, 6 meses para la Manteca como producto envasado

Tres meses por los servicios prestados, a partir de la fecha de facturación contra defectos de fabricación

Atentamente

Juan Rene Ramírez

Gerente General
511-2236233/961934383

5.2. Contrato de compra Venta Internacional (Exportadores /Importadores)

A. CONDICIONES ESPECÍFICAS				
VENDEDOR	CONTACTO		COMPRADOR	CONTACTO
NOMBRE Y DIRECCION	NOMBRE Y DIRECCION		NOMBRE Y DIRECCION	NOMBRE Y DIRECCION
Mantecas de Peru S.A	Rene Ramirez		Alcántara cosmética	José Alberto Pineda
Fermin Tanguis 610- Pisco	Rener3615@gmail.com		Polígono Industrial El Montalvo II,	sales@alcantaracosmetica.com
			C/ Arribes del Duero 59-65	
A- 1 PRODUCTOS VENDIDOS				
500 CAJAS x 24 UN	Manteca cacao		100200125-Manteca cacao	
A- 2 PRECIO ESTIPULADO				
DOLLAR US				
DIVISA:				
Cuatro mil ciento venti cuatro				
4124	IMPORTE EN LETRAS:			

CONTRATO DE COMPRAVENTA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE POR LA EMPRESA MANTECAS DEL PERU S.A , EN LO SUCESIVO EL VENDEDOR, Y POR OTRA PARTE LA EMPRESA ALCANTÁ COSMETICA , EN LO SUCESIVO EL DISTRIBUIDOR, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS.

DECLARACIONES

Declara el Vendedor

Que es una empresa con su establecimiento comercial ubicado en la Ciudad de Pisco cuya acta constitutiva encuentra inscrita en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos Superintendencia de la Ciudad de Lima en el país de Perú.

Que entre sus actividades se encuentra la producción y comercialización Manteca de cacao liquida

Declara el Distribuidor

Que es una Empresa con establecimiento comercial ubicado en la Ciudad de Salamanca

Que desea adquirir del Vendedor 500 caja x 24 unidades de dispensadores de manteca de cacao según se describe en la cláusula Primera de Este Contrato.

DECLARAN AMBAS PARTES,

Que se reconocen de manera recíproca la capacidad con la que comparecen a la firma del presente contrato, y que la autoridad para celebrar el presente contrato no les ha sido limitada, revocada de cualquier forma.

Que desean obligarse conforme a las siguientes Cláusulas.

CLÁUSULAS

Del Suministro. El Vendedor suministrará al Distribuidor de las mercaderías identificadas como Manteca de cacao en dispensadores en buen estado

Términos de Precio y Entrega. Las mercaderías serán entregadas FOB Callao según los Incoterms 2010 publicadas por la Cámara Internacional de Comercio.

Monto, Forma de Pago del Precio, Intereses. El pago se realizará mediante carta de crédito, señalando al vendedor como beneficiario, y especificando que el pago se hará contra la presentación de la factura comercial, copia del conocimiento Marítimo, póliza de seguro aéreo, y una letra de cambio.

Si por cualquier razón la carta de crédito fuera incobrable por causa imputable al Comprador, se le aplicará un interés moratorio del 2.5% mensual sobre saldos insolutos por el tiempo que dura el retraso en el pago.

Asimismo, interés se aplicará para aquellos casos en que cualquier de las partes tenga la obligación de hacer un pago en dinero por concepto de indemnización por cualquier otra razón a la otra parte.

Garantías del Vendedor al Distribuidor. El vendedor garantiza por un plazo de 1 año que las mercaderías se adecuan a las especificaciones señaladas en Ficha técnica del producto, y que las mismas se encuentran libres de defectos.

Periodo para Inspeccionar y Notificar al Comprador Reclamaciones Relacionadas al Contrato. A partir de que el Comprador tenga oportunidad de inspeccionar las mercaderías, deberá examinarlas dentro de un plazo no mayor de 10 días. En caso de cualquier falta de conformidad deberá dentro de los 15 días siguientes a su descubrimiento notificar al Vendedor de tal falta de conformidad por escrito, o por cualquier otro medio, incluyendo los electrónicos especificando en que consiste la falta de conformidad alegada.

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

Para el presente proyecto, el Incoterm en el cual usaremos para realizar las negociaciones y toda la operación internacional es el FOB (free on board/ libre a bordo en el puerto de embarque del callao).

Características

- La obligación del vendedor termina cuando entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador y/o distribuidor en el puerto de embarque designado para este caso es el callao
- El comprador y/o Distribuidor notificara al vendedor sobre el nombre del buque, el punto de carga y el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado no mayor a 30 días una vez puesta la orden de compra
- El vendedor transferirá todos los costos y riesgos de pérdida o daño causados por la mercancía, cuando la entrega a bordo del buque.
- Responsabilidades del comprador: flete principal (del país de exportación al país de importación), seguro del flete principal, gastos de importación (almacenaje, maniobras), trámites de aduana de importación, transporte de la mercancía desde el lugar de importación a la fábrica del comprador.

Debido a las razones mencionadas con anterioridad y dado que la empresa es nueva dentro del rubro de la exportación, se optará por realizar las ventas en términos FOB para minimizar riesgos

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

Se usará la Carta de Crédito dado que mecanismo utilizado y aceptado en operaciones de compra de mercancías y/o servicios, permite conciliar intereses opuestos ente Importador y Exportador, garantizando mediante un compromiso escrito contraído por un banco por orden del comprador/importador, de efectuar el pago de una cierta suma al vendedor/exportador.

Nuestra elección es “CARTA DE CRÉDITO” ya que el banco del Importador se compromete a efectuar el pago del valor de la mercancía amparada en la carta de crédito, siempre que en la revisión de los documentos requeridos.

Se gestionará con el bando de origen Banco de Crédito del Perú

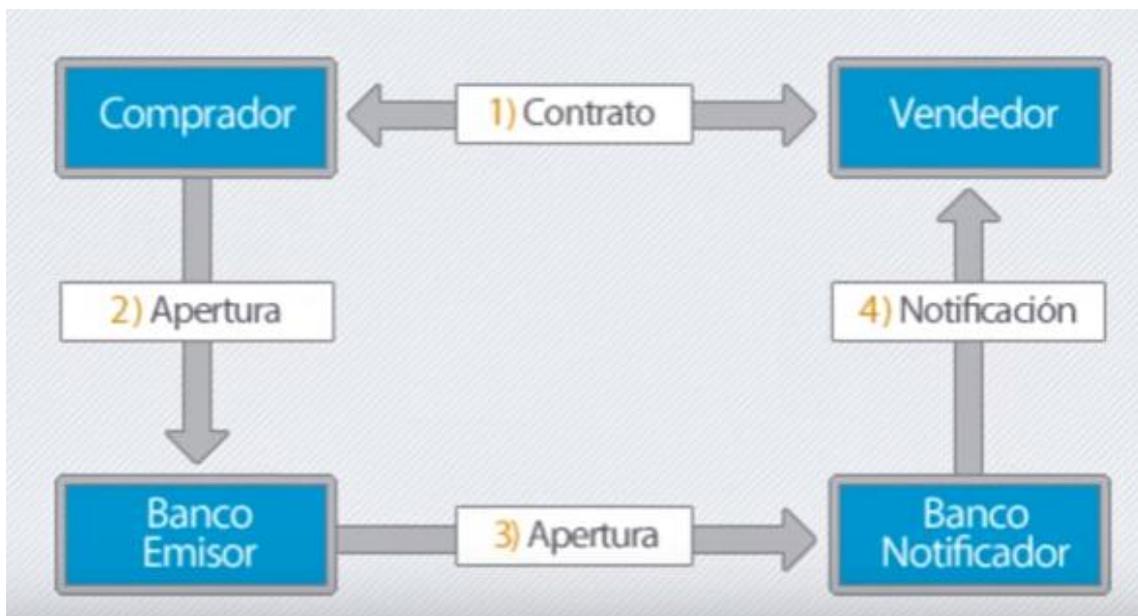


Figura 13 Flujo de Carta de Crédito

5.5. Elección del régimen de exportación o de importación

La metodología de exportación se determinó en base a la cantidad a exportar, por ello nos acogeremos al Régimen General de **EXPORTACIÓN DEFINITIVA**, el cual requiere la intervención de una agencia de aduana, en nuestro caso trabajaremos con San Miguel Aduanas, ya que nos brinda un buen servicio de seguridad y a un precio accesible.



Figura 14 Diagrama de Exportación Definitiva

Fuente: Sunat

5.6. Gestión de las Operaciones de importación / exportación .Flujograma

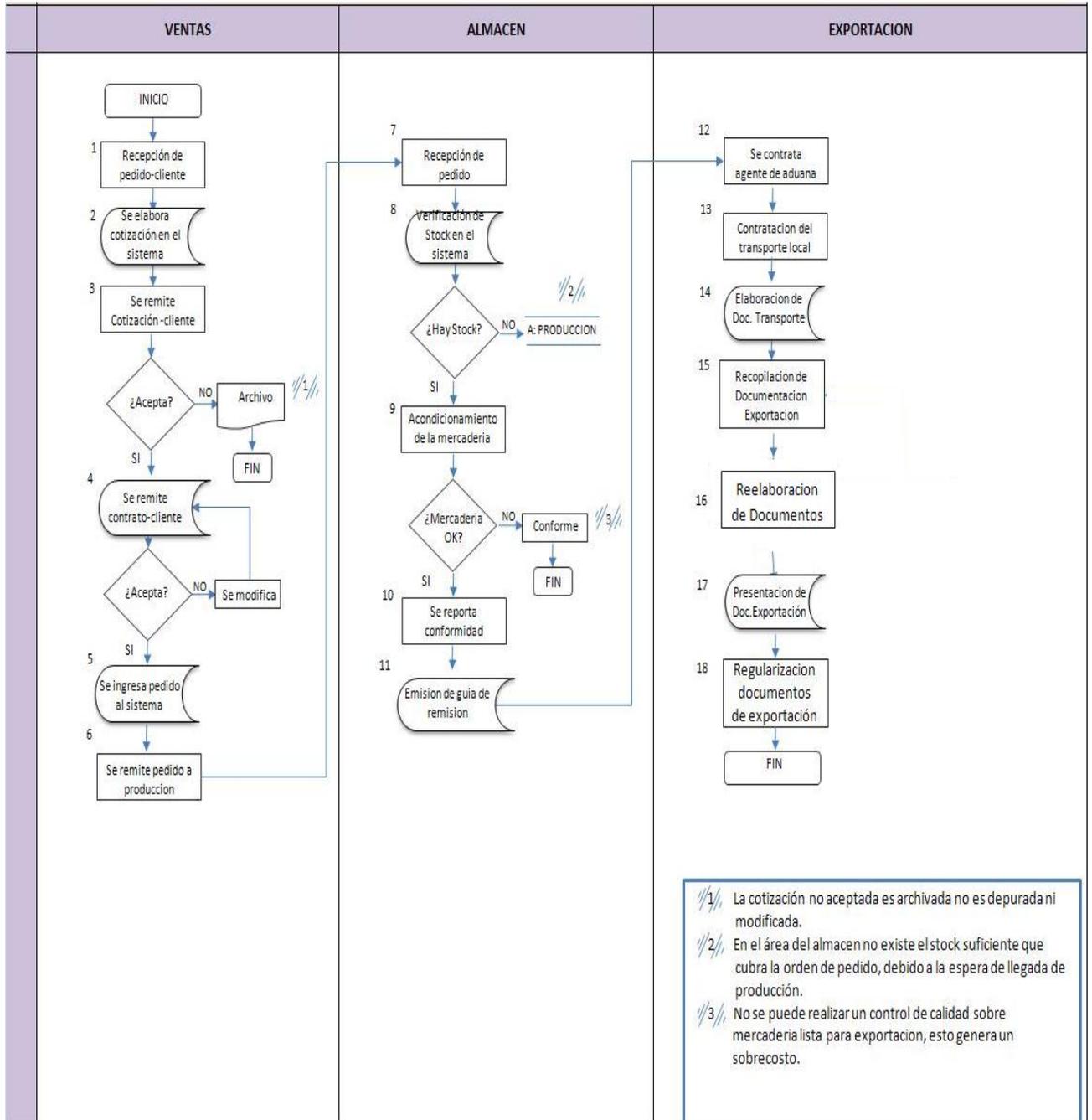


Figura 15 Flujo Operaciones

Fuente: Elaboración Propia

Comercialización internacional

Inicialmente debemos se identificó quienes son los agentes participantes en el proceso de comercialización internacional

El Canal de distribución se caracterizará por ser directo mediante distribuidor Alcántara Cosmética en destino España Ciudad de Salamanca

Dado que los instrumentos tendrán que pasar por varios agentes hasta llegar a los clientes finales o consumidores, es así que identificamos que tendremos cinco participantes, los cuales son:



FUENTE: ELABORACION FUENTE PROPIA

El Proveedor de Materia Prima: Se encargará de la elaboración de la materia prima la cual entregará en nuestro local de la planta Pisco,

El Comercializador: se realizará la mezcla para volver líquida la manteca y el producto estará listo para verterlo en los dispensadores inteligentes etiquetándolo con nuestro logotipo.

El Courier/ Transportista: Este agente ayudará a transportar las cajas de Lima - Perú a SALAMANCA - España a nuestro cliente que estará ubicado en dicho lugar. En este caso será el mencionado Exporta Fácil.

El Distribuidor: Cuando Mantecas del Perú nuestra representada, tenga listo la elaboración de la manteca de cacao líquida en envases inteligentes, se transportara el producto terminado a La distribuidora el destino(España)Alcantara Cosmética

6 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

6.1.1 ACTIVOS TANGIBLES

La inversión monetaria de los activos tangibles son aquellos equipos, maquinaria, equipos que formaran parte de nuestra fábrica

Tabla 13 Activos Tangibles

CUADRO N°1						
ACTIVOS TANGIBLES en S/.						
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total S/.	Dólar
1	Mantenimiento de Oficina y Planta	unidades	12	S/. 800.00	S/. 9,600.00	\$ 2,953.85
2	Escritorio de oficina	unidades	4	S/. 250.00	S/. 1,000.00	\$ 307.69
3	Silla de oficina	unidades	4	S/. 45.00	S/. 180.00	\$ 55.38
4	Mesas de trabajo	unidades	1	S/. 210.00	S/. 210.00	\$ 64.62
5	Portabandejas	unidades	5	S/. 14.00	S/. 70.00	\$ 21.54
6	Accesorios	unidades	4	S/. 300.00	S/. 1,200.00	\$ 369.23
7	Pizarras	unidades	3	S/. 30.00	S/. 90.00	\$ 27.69
8	Estanteria	unidades	3	S/. 75.00	S/. 225.00	\$ 69.23
9	Impresión de Guías	millar	1	S/. 200.00	S/. 200.00	\$ 61.54
10	Candados	unidades	2	S/. 20.00	S/. 40.00	\$ 12.31
11	Extintor	unidades	3	S/. 68.00	S/. 204.00	\$ 62.77
12	Primeros Auxilios	unidades	1	S/. 100.00	S/. 100.00	\$ 30.77
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			43	S/. 2,112.00	S/. 13,119.00	\$ 4,036.62
EQUIPOS DE COMPUTACION						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
14	Impresora multifunción HP	unidades	1	S/. 250.00	S/. 250.00	\$ 76.92
15	Epson LX-300	unidades	1	S/. 300.00	S/. 300.00	\$ 92.31
16	Laptop hp pavilion g series	unidades	4	S/. 1,200.00	S/. 4,800.00	\$ 1,476.92
EQUIPOS DE COMPUTACION			6	\$ 1,750.00	S/. 5,350.00	\$ 1,646.15
EQUIPOS DE OPERACIONES						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
17	Dosificador Inox	unidades	1	S/. 8,000.00	S/. 8,000.00	\$ 2,461.54
EQUIPOS DE OPERACIONES			1		S/. 8,000.00	\$ 2,461.54
TOTAL DE INVERSIONES FIJAS					S/. 26,469.00	\$ 8,144.31

Fuente: Elaboración propia

6.1.2 ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles a considerar en nuestro plan de negocio son los gastos de constitución de la empresa, la patente de marca y las garantías que al final se convierten en recuperables

Tabla 14 Activos Intangibles

CUADRO N°2			
ACTIVOS INTANGIBLES			
NO RECUPERABLES			
	DESCRIPCION	VALOR S/.	Dólar
	GASTOS DE CONSTITUCION	S/. 750.00	\$ 230.77
	MARCA NOMBRE COMERCIAL	S/. 600.00	\$ 184.62
	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACION	S/. 2,700.00	\$ 830.77
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NO RECUPERABLES	S/. 4,050.00	\$ 1,246.15
RECUPERABLES			
	GARANTIA DEL LOCAL	S/. 1,200.00	\$ 369.23
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS RECUPERABLES	S/. 1,200.00	\$ 369.23
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	S/. 5,250.00	\$ 1,615.38

Fuente: Elaboración propia

6.2 Capital de Trabajo

En la determinación del capital de trabajo, se identifica que una inversión considerable, ya generan costos directos, como la compra de la materia prima -Manteca de Cacao y el costo de la mano de obra directa o los sueldos

Tabla 15 Capital de Trabajo

CUADRO N°4				
DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO				
CONCEPTO			COSTO MENSUAL	COSTO MENSUAL
SUELDOS			S/. 9,700.00	<
MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA			S/. 9,600.00	\$ 2,953.85
SERVICIOS BASICOS			S/. 570.00	\$ 175.38
TRANSPORTE			S/. 3,600.00	\$ 1,107.69
SUMINISTROS DE OFICINA			S/. 150.00	\$ 46.15
VIATICOS Y MOVILIZACION			S/. -	\$ -
MATERIA PRIMA			S/. 33,650.00	\$ 10,353.85
TOTAL			S/. 57,270.00	\$ 17,621.54
TOTAL ANUAL			S/. 687,240.00	\$ 211,458.46

Fuente: Elaboración propia

6.3 Inversión Total

La inversión total, será la inversión de la producción anual, se detalla el total de la Inversión de los activos fijos, diferidos y de capital de trabajo estimando un monto de S/ 90574.95

Tabla 16 Plan de Inversión Total

CUADRO N°10					
PLAN DE INVERSION					
				VALOR	Dólar
ACTIVOS FIJOS					
MUEBLES Y ENSERES				S/. 13,119.00	\$ 4,036.62
EQUIPOS DE COMPUTACION				S/. 5,350.00	\$ 1,646.15
EQUIPOS DE PRODUCCION				S/. 8,000.00	\$ 2,461.54
SUBTOTAL				S/. 26,469.00	\$ 8,144.31
ACTIVOS DIFERIDOS					
GASTOS DE CONSTITUCION				S/. 750.00	\$ 230.77
MARCA NOMBRE COMERCIAL				S/. 600.00	\$ 184.62
GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACION				S/. 2,700.00	\$ 830.77
GARANTIA DEL LOCAL				S/. 1,200.00	\$ 369.23
IMPREVISTO				S/. 1,585.95	\$ 487.98
SUBTOTAL				S/. 6,835.95	\$ 2,103.37
CAPITAL DE TRABAJO					
SUELDOS				S/. 9,700.00	\$ 2,984.62
MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA				S/. 9,600.00	\$ 2,953.85
SERVICIOS BASICOS				S/. 570.00	\$ 175.38
TRANSPORTE				S/. 3,600.00	\$ 1,107.69
SUMINISTROS DE OFICINA				S/. 150.00	\$ 46.15
VIATICOS Y MOVILIZACION				S/. -	\$ -
PRODUCTO				S/. 33,650.00	\$ 10,353.85
SUBTOTAL				S/. 57,270.00	\$ 17,621.54
TOTAL DE INVERSIONES				S/. 90,574.95	\$ 27,869.22

Fuente: Elaboración propia

6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

En el siguiente se puede evidenciar el flujo de capital propio y el financiamiento que se solicitara de un 60 % para este proyecto

Tabla 17 Financiamiento de la Inversión

CUADRO N°11					
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION					
	CAPITAL PROPIO				40%
	CAPITAL FINANCIADA				60%
	INVERSION INICIAL TOTAL			S/.	90,574.95
				\$	27,869.22
	CAPITAL DE TRABAJO ANUAL NECESARIO			S/.	171,810.00
				\$	52,864.62
	SUBTOTAL			\$	80,733.83
	INVERSION TOTAL ANUAL			\$	48,440.30

CUADRO N° 17						
AMORTIZACION (TASA EFECTIVA ANUAL DE 25%--BCP PARA CAPITAL DE TRABAJO)						
MES	SALDO INICIAL	INTERES (25%TEA)	AMORTIZACION	POR PAGAR	SALDO FINAL	
0					\$	48,440.30
1	\$ 48,440.30	\$ 1,009.17	\$ 4,000.00	\$ 5,009.17	\$	44,440.30
2	\$ 44,440.30	\$ 925.84	\$ 4,000.00	\$ 4,925.84	\$	40,440.30
3	\$ 40,440.30	\$ 842.51	\$ 4,000.00	\$ 4,842.51	\$	36,440.30
4	\$ 36,440.30	\$ 759.17	\$ 4,000.00	\$ 4,759.17	\$	32,440.30
5	\$ 32,440.30	\$ 675.84	\$ 4,000.00	\$ 4,675.84	\$	28,440.30
6	\$ 28,440.30	\$ 592.51	\$ 4,000.00	\$ 4,592.51	\$	24,440.30
7	\$ 24,440.30	\$ 509.17	\$ 4,000.00	\$ 4,509.17	\$	20,440.30
8	\$ 20,440.30	\$ 425.84	\$ 4,000.00	\$ 4,425.84	\$	16,440.30
9	\$ 16,440.30	\$ 342.51	\$ 4,000.00	\$ 4,342.51	\$	12,440.30
10	\$ 12,440.30	\$ 259.17	\$ 4,000.00	\$ 4,259.17	\$	8,440.30
11	\$ 8,440.30	\$ 175.84	\$ 4,000.00	\$ 4,175.84	\$	4,440.30
12	\$ 4,440.30	\$ 92.51	\$ 4,440.30	\$ 4,532.80	\$	-

Fuente: Elaboración propia

6.5 Fuentes Financieras y condiciones de Crédito

El financiamiento se consultó con 2 bancos.

BCP del Perú

Préstamo total: USD 48440.30

TEA: 25%

Plazo 48 meses

BANCO FINANCIERO

Préstamo total: USD 48440.30

TEA: 30%

Plazo 48 meses



6.6 Presupuesto de Costos

Tabla 18 Presupuesto de Costos

MANTECA DE CACAO DEL PERU S.A.C												
Planilla de remuneraciones												
									SUELDO MINIMO	S/	750	
Cod.	Nombres y Apellidos	Cargo	T. REM.	SPP				Total AFP	Renta 5ta. Cat.	T. DESC.	Neto a Pagar	Aportaciones
				O.N.P.	F.P	Prima	Comision					ESSALUD
				13%	10.00%	seguro	Variable					
1	Rene Ramirez	Gerente General	3,200.00	-	320.00	39.36	49.60	408.96	227.50	636.46	2,563.54	288.00
2	Lucas Zecevic	Gerente de operaciones y logistica	3,000.00	-	300.00	36.90	46.50	383.40	-	383.40	2,616.60	270.00
3	Adolfo espinoza	Gerente de Maketing Y ventas Internacionales	2,500.00	325.00				-	105.00	430.00	2,070.00	225.00
4	Domingo Zevallos	Auxiliar de Produccion	1,000.00	130.00				-	-	130.00	870.00	90.00
			9,700.00	455.00	620.00	76.26	96.10	792.36	332.50	1,579.86	8,120.14	873.00

CUADRO N°6		
COSTOS ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y salarios	S/. 10,573.00	S/. 126,876.00
Gastos de oficina	S/. 1,920.00	S/. 23,040.00
TOTAL	S/. 12,493.00	S/. 149,916.00
	\$ 3,844.00	\$ 46,128.00

CUADRO N°7	
GASTOS DE OFICINA	
CONCEPTO	COSTO MENSUAL
Arriendos	S/. 1,200.00
servicios basicos	S/. 570.00
suministros de oficina	S/. 150.00
SUBTOTAL	S/. 1,920.00

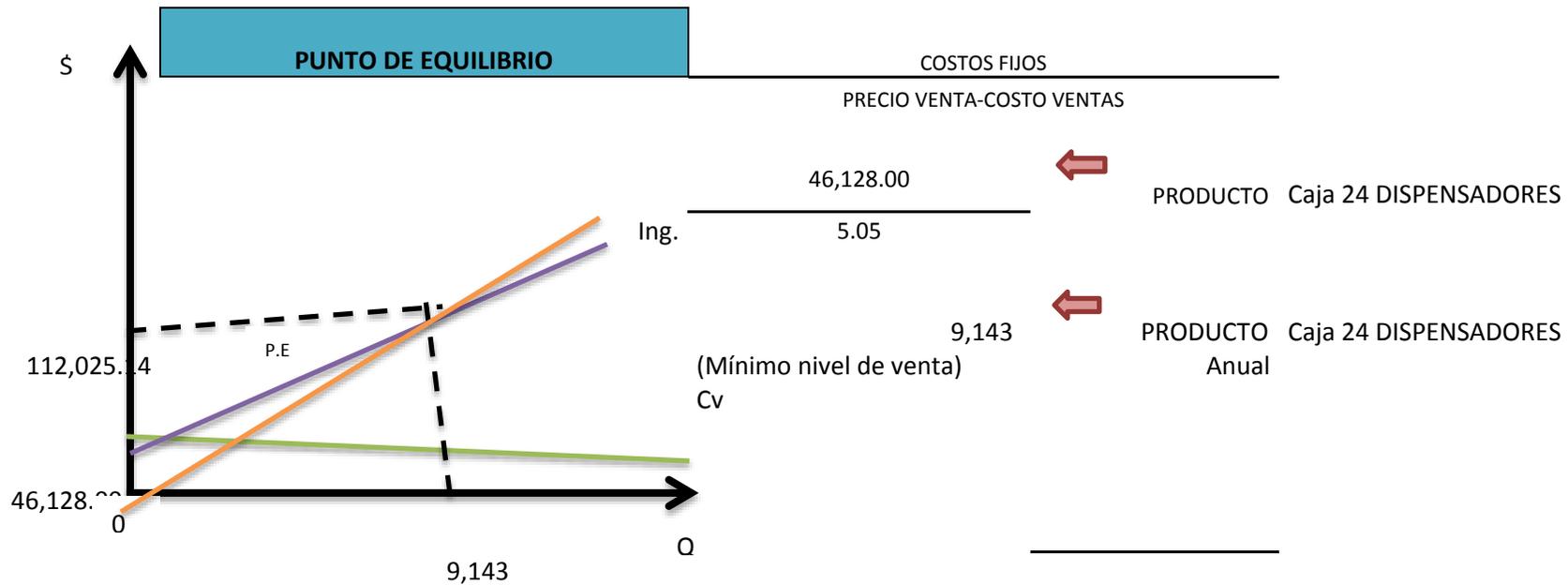
CUADRO N°8					
COSTOS DE VENTA					
CONCEPTO	COSTO MENSUAL		COSTO ANUAL		
Transporte nacional	S/.	3,600.00	S/.	43,200.00	\$ 1,107.69
Agente de Aduana	S/.	3,200.00	S/.	38,400.00	\$ 984.62
Agente de Carga	S/.	450.00	S/.	5,400.00	\$ 138.46
Gastos Operativos	S/.	500.00	S/.	6,000.00	\$ 153.85
Almacenaje	S/.	1,000.00	S/.	12,000.00	\$ 307.69
Aforo o Previo (Fisico)	S/.	150.00	S/.	1,800.00	\$ 46.15
Currier	S/.	300.00	S/.	3,600.00	\$ 92.31
Marketing	S/.	1,200.00	S/.	14,400.00	\$ 369.23
viaticos	S/.	-	S/.	-	\$ -
TOTAL	S/.	10,400.00	S/.	124,800.00	\$ 3,200.00

CUADRO N°9						
COSTOS OPERACIONALES						
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	MENSUAL	CVU	CANTIDAD	UM	
ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA	S/.	222,000.00	S/.	18,500.00	S/.	18.50
CAJA DE CARTON 40 cm x 30cm x 10 cm	S/.	21,000.00	S/.	1,750.00	S/.	1.75
Plastico dispensador 400 ML	S/.	122,400.00	S/.	10,200.00	S/.	0.85
FOB- Comision Agencia Aduanas	S/.	38,400.00	S/.	3,200.00		
COSTOS OPERACIONALES	S/.	403,800.00	S/.	33,650.00		
CONCEPTO	\$	124,246.15	\$	10,353.85		

Fuente: Elaboración propia

6.7 Punto de Equilibrio

Tabla 19 Punto de Equilibrio



CUADRO N° 12 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO				
CONCEPTO		ANUAL	MENSUAL	
INGRESOS	S/.	886,847.08	S/.	73,903.92
COSTOS OPERACIÓN	S/.	403,800.00	S/.	33,650.00
COSTOS VENTAS	S/.	52,720.00	S/.	10,400.00
COSTOS FIJOS	S/.	149,916.00	S/.	17,300.00
				\$
				272,876.02
				\$
				124,246.15
				\$
				16,221.54
				\$
				46,128.00
				\$
				3,200.00
				\$
				5,323.08

Fuente: Elaboración Propia

6.8 Tributación de Exportación

Para la exportación del presente plan de Negocio no se pagara impuestos dado que las exportaciones están libre de impuestos.

Fuente: SUNAT

TIPO DE PRODUCTO: DS.340-2014-EF-DS.314-2014-EF-FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

Figura 16 Tabla Tributación

6.9 Presupuesto de Ingresos

Considerando que el año uno será un año de retos dado que se buscará atacar el mercado objetivo y posicionar la marca mediante un distribuidor

Estamos calculando un promedio de ventas anuales de 112,025.14 Dólares

Tabla 20 Presupuesto de Ingresos

	PRODUCTO	
punto de equilibrio	9,142.61	
precio equilibrio	S/. 39.82	\$ 12.25
ingresos en equilibrio	S/. 364,081.71	\$ 112,025.14

Fuente: Elaboración Propia

6.10 Presupuesto de Egresos

Para este punto se ha analizado los gastos que se tendrán en planillas, depreciación y el arrendamiento de la planta en la ciudad de pisco

Tabla 21 Presupuesto de Egresos

CUADRO N° 18					
PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 35,815.38	\$ 36,889.85	\$ 38,734.34	\$ 41,445.74	\$ 42,689.11
COSTO SOCIAL	\$ 7,829.02	\$ 8,063.89	\$ 8,467.09	\$ 9,059.78	\$ 9,331.58
DEPRECIACION	\$ 815.20	\$ 815.20	\$ 815.20	\$ 815.20	\$ 815.20
ALQUILERES	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00	\$ 4,428.00
SERVICIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 48,887.61	\$ 50,198.94	\$ 52,444.63	\$ 55,748.73	\$ 57,263.89

Fuente Elaboración Propia



6.11 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 22 Flujo de Caja Proyectado

CUADRO N° 16							
FLUJO DE CAJA							
AÑO	0	1	2	3	4	5	
UTILIDAD		\$ 35,743.92	\$ 41,343.81	\$ 43,411.00	\$ 46,449.77	\$ 47,843.26	
APORTE SOCIOS	\$ 32,293.53						
PRESTAMO BANCARIO	\$ 48,440.30						
(+)INVERSION INICIAL	\$ 80,733.83						
PAGOS DE CAPITAL		\$ 6,610.07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO		\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	
	-\$ 80,733.83	\$ 33,133.85	\$ 45,343.81	\$ 47,411.00	\$ 50,449.77	\$ 51,843.26	

Fuente: Elaboración Propia

6.12 Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 23 Estado de Ganancias y Perdidas

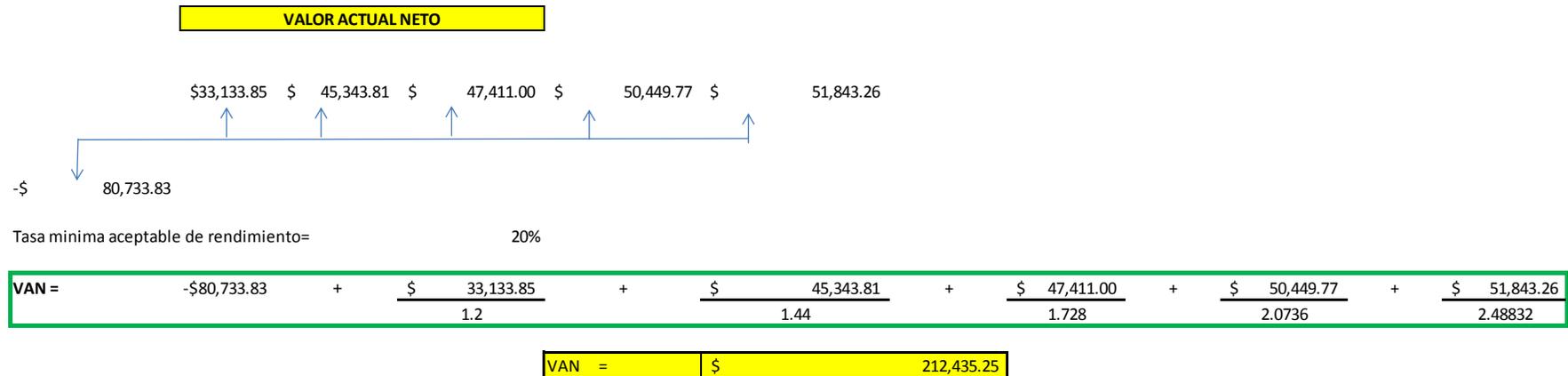
CUADRO N° 15					
ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 272,876.02	\$ 281,062.30	\$ 295,115.42	\$ 315,773.50	\$ 325,246.70
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 140,467.69	\$ 144,681.72	\$ 151,915.81	\$ 162,549.92	\$ 167,426.41
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 132,408.33	\$ 136,380.58	\$ 143,199.61	\$ 153,223.58	\$ 157,820.29
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 53,217.23	\$ 54,813.75	\$ 57,554.44	\$ 61,583.25	\$ 63,430.74
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 46,128.00	\$ 47,511.84	\$ 49,887.43	\$ 53,379.55	\$ 54,980.94
GASTOS DE OFICINA	\$ 7,089.23	\$ 7,301.91	\$ 7,667.00	\$ 8,203.69	\$ 8,449.80
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 18,830.77	\$ 19,395.69	\$ 20,365.48	\$ 21,791.06	\$ 22,444.79
AGENTE DE ADUANA	\$ 11,815.38	\$ 12,169.85	\$ 12,778.34	\$ 13,672.82	\$ 14,083.01
AGENTE DE CARGA	\$ 1,661.54	\$ 1,711.38	\$ 1,796.95	\$ 1,922.74	\$ 1,980.42
GASTOS OPERATIVOS	\$ 1,846.15	\$ 1,901.54	\$ 1,996.62	\$ 2,136.38	\$ 2,200.47
ALMACEN	\$ 3,692.31	\$ 3,803.08	\$ 3,993.23	\$ 4,272.76	\$ 4,400.94
AFORO O PREVIO (FISICO)	\$ 553.85	\$ 570.46	\$ 598.98	\$ 640.91	\$ 660.14
CURRIER	\$ 1,107.69	\$ 1,140.92	\$ 1,197.97	\$ 1,281.83	\$ 1,320.28
MARKETING	\$ 4,430.77	\$ 4,563.69	\$ 4,791.88	\$ 5,127.31	\$ 5,281.13
TRANSPORTE NACIONALES	\$ 13,292.31	\$ 13,691.08	\$ 14,375.63	\$ 15,381.92	\$ 15,843.38
VIATICOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 6,610.07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INTERES PRESTAMO	\$ 6,610.07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	\$ 53,750.26	\$ 62,171.14	\$ 65,279.70	\$ 69,849.28	\$ 71,944.75
(-15%) PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD IMPONIBLE	\$ 53,750.26	\$ 62,171.14	\$ 65,279.70	\$ 69,849.28	\$ 71,944.75
(-30%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 16,125.08	\$ 18,651.34	\$ 19,583.91	\$ 20,954.78	\$ 21,583.43
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 37,625.18	\$ 43,519.80	\$ 45,695.79	\$ 48,894.49	\$ 50,361.33
(-5%) RESERVA LEGAL	\$ 1,881.26	\$ 2,175.99	\$ 2,284.79	\$ 2,444.72	\$ 2,518.07
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	\$ 35,743.92	\$ 41,343.81	\$ 43,411.00	\$ 46,449.77	\$ 47,843.26

Fuente: Elaboración Propia

6.13 Evaluación de la Inversión

6.13.1 EVALUACIÓN ECONOMICA

Tabla 24 Evaluación Económica



Fuente: Elaboración Propia

6.13.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla 25 Evaluación Financiera

TASA INTERNA DE RETORNO												
TIR=	0=	-\$80,733.83	+	\$ 33,133.85	+	\$ 45,343.81	+	\$ 47,411.00	+	\$ 50,449.77	+	\$ 51,843.26
				(1+i) ¹		(1+i) ²		(1+i) ³		(1+i) ⁴		(1+i) ⁵

TIR = 44%

Fuente: Elaboración Propia

6.13.3 EVALUACIÓN SOCIAL

El presente proyecto de negocio busca el desarrollo y apoyo de compra de grano de cacao en la ciudad de Aucayacu con un principio de responsabilidad social; dado que las empresas que nos suministrarán la materia prima están desarrollando proyectos de ayuda social en esta ciudad buscando el desarrollo de agricultores mediante planes de capacitación y asesoras en materia de financiamientos.

6.13.4 IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental que se busca mediante este proyecto de Negocio es principalmente impulsar la plantación de Grano de Cacao orgánico en vez de Hoja de coca que usualmente se planta en las zonas de Aucayacu, Uchiza y TingoMaria

La plantación de hoja de coca la cual en su 85% tiene usos ilícitos contribuye a la contaminación del medio ambiente dado que se usan químicos para la elaboración de drogas como la cocaína.

Estamos buscando comprar productos orgánicos los cuales estén libres de pesticidas esto ayudara a cuidar el medio ambiente y de alguna manera buscar el desarrollo sustentable de nuestro producto final.

6.14 Evaluación del costo de oportunidad del Capital de Trabajo

Con la finalidad de determinar el costo de oportunidad se han evaluado las siguientes variables:

Tabla 26 Costo de Oportunidad del Capital de Trabajo

CPPK	Costo Promedio Ponderado de Capital	13.64%
D	Deuda	US\$ 48,440.30
E	Capital propio	US\$ 17,621.54
Kd	Costo de la deuda	25.00%
Tx	Imposición fiscal	29.50%
Kproy	Costo del Capital propio	2.69%
Costo del capital propio		
$K_{proy} = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$		
Donde:		
Kproy	Costo de capital propio	2.69%
Rf	Tasa libre de riesgo	0.90%
β	Beta del sector (Building Materials)	0.38
$R_m - R_f$	Prima por riesgo de mercado	6.3400%
RP	Prima por riesgo país	1.39%

Fuente: ELABORACIÓN PROPIA

6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Se utilizará el mismo cuadro de producción de ventas, donde detallará 2 tipos de cambio: \$3.25 y \$3.15

Evaluación de Riesgo del tipo de cambio

Tabla 27 Cuadro de riesgo del Tipo de Cambio

PRODUCTO	CONCEPTO		AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
MANTECA DE CACAO ENVASADA EN ENVASES INTELIGENE	Unidades		9,143	9,417	9,700	9,991	10,291
	Precio Unitario	\$ 12.25	\$ 112,001.75	\$ 115,361.80	\$ 118,822.66	\$ 122,387.34	\$ 126,058.96
Total soles (TC 3.25)			364,005.69	374,925.86	386,173.63	397,758.84	409,691.61
Total soles (TC 3.15)			352,805.51	363,389.68	374,291.37	385,520.11	397,085.71
Diferencia en soles			11,200.18	11,536.18	11,882.27	12,238.73	12,605.90

Fuente: Elaboración propia

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- El mercado de destino muestra la creciente demanda de productos Cosméticos dado que en la actualidad el cuidado personal cumple un rol muy importante en la sociedad
- los beneficios que posee la Manteca de Cacao para la salud de la piel son buenos dado que tiene propiedades hidratantes dejando una capa fina en la superficie de la piel manteniendo la piel humectada
- Los productos con trazabilidad y con certificaciones de orgánico son demandados por consumidores de países Europeos que buscan preservar su salud y preservar el medio ambiente y que están dispuestos a pagar un mayor precio por esto.
- El público objetivo en estudio son mujeres españolas y extranjeras de 30 -34 en la ciudad de Salamanca España este grupo de mujeres hace énfasis en aprovechar las fortalezas que posee nuestro producto
- La empresa procesadora Manteca de cacao producirá anualmente 46128 dispensadores inteligentes de 400 ML en el primer año , lo cual será vendido a nuestro distribuidor en destino Alcántara Cosmética, quien se encargará de que el producto llegue al consumidor final, ya que la empresa no puede en su arranque desarrollar la comercialización de forma directa.
- El proveedor de materia prima será Compañía Nacional de Chocolates, por lo que la planta dosificada de nuestra representada MANTECAS DE CACAO DE EL PERU se establecerá en la ciudad de pisco. esto reduce la distancia geográfica con la Beneficiando al aprovisionamiento logístico y reducción costo de la materia prima
- El estudio financiero mostró que el proyecto es viable con y sin financiamiento, debido a que los indicadores financieros como VAN y TIR positivos

7.2 Recomendaciones

- Garantizar la calidad de los productos implicando el cumplimiento con toda la legislación del Mercado de destino, nuestra representada ofrecerá certificados de inocuidad validados por un laboratorio externo
- Investigar nuevos proyectos con la materia prima que cuenta nuestro País no solo con la finalidad de producir chocolates sino introducirse en otra industria como la cosmética como es el caso de este proyecto de Negocio
- Registrar una marca que permita identificarnos en el Mercado destino como un producto de alta calidad 100 % orgánico y Peruano
- Considerar el financiamiento para una investigación de mercado profunda con relación a los factores de consumo y ocasiones de compra en país de destino esto con la finalidad de tener la certeza que el producto tendrá una buena acogida por el consumidor final
- Evaluar anualmente o semestralmente los índices financieros al final de cada año se sepa el status real Financiero de la Empresa
- Contratar un diseñador gráfico que desarrolle la imagen de nuestro producto

Bibliografía

- ARANCELARIA, S. -C. (ABRIL de 2017). Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=1804001100&Desc=>
- CENTER, I. T. (ABRIL de 2017). Obtenido de <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Cosmetica, A. d. (abril de 2017). Obtenido de <http://www.stanpa.com/Cifras/>
- ISASAWAIS, B. (ABRIL de 2017). Obtenido de <http://www.isasaweis.com/>
- MARCA, I. -R. (ABRIL de 2017). Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- MINUTA, S.-E. D. (ABRIL de 2017). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf>
- públicos, S. N. (2017). *RESERVA DE NOMBRE*. Recuperado el ABRIL de 2017, de <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/reservaDenominacionPublico/reservaDenominacion.faces?publ=publico>
- públicos, S. N. (s.f.). *BUSQUEDA DE NOMBRE EN SUNARP*. Recuperado el Abril de 2017, de <https://www.sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.asp>
- Stanpa, A. N. (ABRIL de 2017). *ASOCIACION DE PERFUMERIA Y COSMETICA*. Obtenido de <http://www.stanpa.com/>