

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/1

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): ALFREDO JOSE **APELLIDOS:** TORRES MATAJIRA
NOMBRE(S): ANDRES FELIPE **APELLIDOS:** OLARTE DUARTE

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): SHEYLA VANESSA **APELLIDOS:** HERRERA MARTINEZ

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE NEGOCIOS E INTERNACIONALIZACION DE MORINGA DESHIDRATADA EN SAN JOSE DE CÚCUTA HACIA PERÚ

RESUMEN

La moringa oleífera es una planta que ayuda a prevenir percances de salud, problemas alimenticios por su gran contenido vitamínico rico en proteínas, carbohidratos y minerales con base en la gran acogida que ha tenido la moringa se ha tomado la decisión de realizar este proyecto partiendo de la creación de una empresa cuyo nombre es LOGISCAMPO SAS ubicada en el barrio Sevilla, llevando acabo como tal un plan de negocio para la instalación de esta, siendo un centro de acopio donde procesaremos dicha planta para su comercialización y distribución buscando estrategias de internacionalización penetrando el mercado Peruano debido a la costumbre de consumir moringa en su diversos usos y la sobredemanda que está arrojando al mencionado país está siendo atractivo visto que la tendencia de consumo ha aumentado en los últimos años y los productores nacionales no abastecen la totalidad del mercado. El equipo de trabajo son personas que llevan a cabo nuestro proyecto y que además de la experiencia necesaria para el procesamiento de la moringa y demás funciones de nuestra empresa llevando la calidad como objetivo principal objetivo y el cliente queda satisfecho con lo que está adquiriendo siendo así competitivo en el mercado nacional e internacional

PALABRAS CLAVES: LOGISCAMPO. SAS, Comercialización, distribución, Internacionalización, Mercado, estrategias, Plan de negocios, Moringa

CARACTERISTICAS:

PÁGINAS: 158 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:** 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

PLAN DE NEGOCIOS E INTERNACIONALIZACION DE MORINGA DESHIDRATADA EN
SAN JOSE DE CÚCUTA HACIA PERÚ

ALFREDO JOSE TORRES MATAJIRA
ANDRES FELIPE OLARTE DUARTE

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2017

PLAN DE NEGOCIOS E INTERNACIONALIZACION DE MORINGA DESHIDRATADA EN

SAN JOSE DE CÚCUTA HACIA PERÚ

ALFREDO JOSE TORRES MATAJIRA

ANDRES FELIPE OLARTE DUARTE

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesional en Comercio Internacional

Director

SHEYLA VANESSA HERRERA MARTINEZ

Economista

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2017

	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO	Versión:	1/2013
		Página	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 06 de abril de 2017

Acta N° 03

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Laboratorio Empresarial

TÍTULO DEL PROYECTO: “Plan de Negocios e Internacionalización de Moringa Deshidratada en San José de Cúcuta Hacia Perú”

MODALIDAD: Trabajo Investigativo

JURADOS:

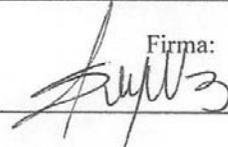
Lisette Gabriela Maldonado Niño ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Gladys K. Collantes Miranda ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Nelson Emilio García Torres ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

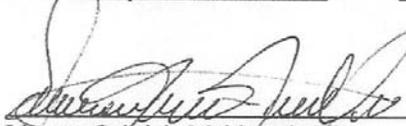
DIRECTOR:

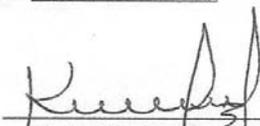
Sheyla Vanessa Herrera Martinez

Firma:


NOMBRE DEL ESTUDIANTE

	CODIGO	CALIFICACIÓN	
		LETRA	NÚMERO A-M-L
<u>Alfredo José Torres Matajira</u>	1260470	<u>Cuatro Punto Dos</u>	<u>4.2</u> X
<u>Andrés Felipe Olarte Duarte</u>	1260530	<u>Cuatro Punto Dos</u>	<u>4.2</u> X


Lisette Gabriela Maldonado Niño


Gladys Katherine Collantes Miranda


Nelson Emilio García Torres

V°B°


JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE
 Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

Agradecimientos

A nuestras familias por prestarnos el apoyo y brindarnos la oportunidad de prepararnos como
profesionales

A la Universidad Francisco de Paula Santander por aceptarnos y ser nuestra Alma Mater, damos
énfasis a la Facultad de Ciencias Empresariales

A nuestra tutora Sheyla Vanessa Herrera por su continua colaboración y dedicación, aportando
sus conocimientos para el correcto desarrollo del proyecto

Al profesor Nelson Emilio Garcia Torres a acompañamiento y asesorías con las cuales fue más
fácil desarrollo del proyecto aportando sus conocimientos y tiempo.

Alfredo Jose Torres Matajira

Andres Felipe Olarte Duarte

Contenido

	pág.
Introducción	20
1. Problema	21
1.1 Título	21
1.2 Planteamiento Del Problema	21
1.3 Formulación del Problema	22
1.4 Sistematización del Problema	23
1.5 Objetivos	23
1.5.1 Objetivo general	23
1.5.2 Objetivos específicos	23
1.6 Justificación	24
2. Marco Referencial	26
2.1 Antecedentes	26
2.2 Marco Teórico	27
2.3 Marco Conceptual	30
2.4 Marco Espacial	32
2.5 Marco Temporal	32
3. Diseño Metodológico	33
3.1 Tipo de Estudio	33
3.2 Método de Investigación	33
3.3 Tipo de Investigación	34
3.4 Población	34
3.5 Muestra	35

3.6 Tratamiento De La Información	35
3.6.1 Técnica para la recolección de la información	35
3.6.2 Técnica procesamiento de la información	36
3.6.3 Presentación de la información	36
4. Razón Social	37
4.1 Misión	37
4.2 Visión	37
4.3 Logo	37
4.4 Estructura Organizacional	38
4.5 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales	39
4.5.1 Tipo de sociedad.	39
4.5.2 Procedimiento de constitución.	40
5. Cadena Productiva	42
5.1 Recepción de Materiales	42
5.2 Lavado y desinfección de la moringa	43
5.3 Deshidratado y Procesamiento	44
5.4 Empaque	45
6. Historia General de la Moringa	46
6.1 Descripción del Árbol	46
6.1.1 Historia general de la moringa en Norte de Santander.	47
6.2 Proceso evolutivo de la moringa	51
6.2.1 Características de la Moringa	51
6.3 Análisis del Sector Cultivador de Norte de Santander	52
6.4 Procesos de Transformación General de la Moringa	54

6.4.1 Usos de la moringa oleífera	54
7. Necesidades y Requerimientos	57
7.1 Identificación del Producto a Exportar	57
7.2 Características Físicas, Químicas y Mecánicas del Producto a Exportar	57
7.3 Materia Prima	59
7.4 Insumos	60
7.5 Equipos y Máquinas	60
7.6 Control de Calidad	61
7.6.1 Ítem de control de calidad	61
7.7 Higiene, Seguridad y Sanidad en Planta	62
7.8 Capacidad Instalada	63
7.9 Localización y Ubicación de la Empresa	63
7.10 Producto a Exportar	65
7.11 Presentación y Empaque	65
7.12 Precio del Producto en el Mercado Nacional	65
8. Inteligencia de Mercado	66
8.1 País Objetivo	67
8.2 Análisis General del Sector	69
8.2.1 Reseña general del país	69
8.2.2 Indicadores Macroeconómicos	71
8.2.3 Definición del sector	72
8.2.4 Balanza comercial	73
8.3 Análisis del Mercado Objetivo	73
8.3.1 Principales ciudades en el mercado.	73

8.3.2 Perfil del comprador	75
8.3.3 Definición del mercado objetivo	75
8.3.4 Clima	76
8.3.5 Temporadas de compra	76
8.4 Análisis de Logística y Acuerdos Comerciales	77
8.4.1 Acuerdos comerciales	77
8.4.2 Tratamiento arancelario	79
8.4.4 Puertos de entrada	79
8.4.5 Documentación requerida para la entrada del producto	80
8.4.6 Logística	81
8.5 Análisis de Precios y Canales	82
8.5.1 Canales de distribución	82
8.5.2 Atractivo del canal	83
8.5.3 Determinar el precio al consumidor final	83
8.5.4 Determinar el precio al intermediario y distribuidor	83
8.5.5 Nivel de precios	84
8.6 Análisis de la Competencia	84
8.6.1 Países competidores en el mercado objetivo	84
8.6.2 Principales empresa y marcas	84
8.6.3 Análisis de productos sustitutos	86
8.6.5 Imagen de la competencia ante los clientes	86
8.6.6 Segmento al cual está dirigida la competencia	87
8.7 Análisis de Producto	87
8.7.1 Ventajas del producto en el mercado	87

8.7.2 Desventajas del producto en el mercado	88
8.7.3 Licencias	88
8.7.4 Requisitos técnicos	88
8.7.5 Posicionamiento de la marca	89
8.8 Análisis de Promoción	90
8.8.1 Ferias sectoriales	90
8.8.2 Organismos de promoción de Perú	91
8.9 Resumen General	92
9. Análisis Financiero	94
9.1 Inversión Fija	94
9.2 Depreciación	96
9.3 Inversión Diferida	97
9.4 Consumos por Unidad de Producto	98
9.5 Gastos de Administración	100
9.5.1 Gastos del personal	100
9.5.1.1 Remuneración	100
9.5.1.2 Pagos de ley	101
9.5.1.3 Aportes parafiscales	101
9.5.1.4 Provisiones	102
9.5.1.5 Gasto de administración y área de ventas	102
9.6 Capital de Trabajo	103
9.7 Inversión Total	104
9.8 Costos	104
9.8.1 Costos fijos	104

9.8.2 Costos variables	105
9.8.3 Costos totales	105
9.9 Precio de Venta	106
9.9.1 Proyección de ventas	106
9.10 Punto de Equilibrio	108
9.11 Flujo de Caja	109
9.12 Estados Financieros	109
9.12.1 Balance general	110
9.12.2 Estado de resultados	111
9.13 Indicadores Financieros	112
9.13.1 Indicadores de liquidez	112
9.13.1.1 Razón corriente	112
9.13.1.2 Prueba ácida	113
9.13.1.3 Capital Neto de trabajo	113
9.13.2 Indicadores de eficiencia	114
9.13.2.1 Margen bruto de utilidad	114
9.13.2.2 Rentabilidad sobre ventas	114
9.13.2.3 Rentabilidad sobre activos	115
9.13.2.4 Rentabilidad sobre el patrimonio	115
9.13.2.5 Indicadores de diagnóstico financiero	116
9.13.2.6 Eva (Valor económico agregado)	116
10. Distribución Física Internacional	117
10.1 Identificación del Tipo de Carga	117
10.2 Empaque, Embalaje y Etiquetado	117

10.2.1 Empaque	117
10.2.2 Embalaje	118
10.2.3 Etiquetado	120
10.3 Cubicaje	120
10.4 Análisis de Transporte Nacional e Internacional	124
10.5 Puerto de arribo a Mercado Destino	127
10.6 Análisis de Transporte Local en Mercado Objetivo	127
10.7 Canales de Distribución en Mercado Objetivo	127
10.8 Documentos Comerciales, Logísticos, Normativo de la Operación	128
10.9 Lead Time de la Exportación	128
10.10 Agentes Directos e Indirectos que Intervienen	129
10.11 Determinación de Precios Internacionales	130
10.11.1 Análisis de la matriz de costos	130
11. Ficha Técnica del Producto	132
11.1 Descripción del Producto	132
11.2 Partida Arancelaria	133
11.3 Composición del Producto	133
11.4 Empaque y Presentación	134
11.5 Especificaciones de Distribución	134
11.6 Vida Útil	134
11.7 Instrucciones en la Etiqueta	135
12. Diagrama de Producción	137
12.1 Diagrama Logístico de DFI	138
13. Análisis FODA	139

13.1 Análisis FODA de Producción, de la Empresa y del Producto	140
13.2. Agentes, Organismos y Entidades que Intervienen en la Operación	143
14. Plan Estratégico de Internacionalización	147
14.1 Estrategias de Distribución	147
14.2 Estrategia de Precio	149
14.3 Estrategias de Promoción	150
14.4 Presupuesto de Mezcla de Mercadeo	152
14.5 Estrategias de Aprovisionamiento	153
15. Conclusiones	154
Referencias Bibliográficas	156