



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**CARRERA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO INTERNACIONAL DE EXPORTACIÓN DE
CREMA FACIAL ANTIARRUGAS A BASE DE PITAHAYA AMARILLA AL MERCADO
DE TURQUÍA”

Trabajo de investigación optar el grado académico de
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:

Cindi Benavente Callisaya

Lima- Perú

2019



ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 25 / 03 / 2019

Facultad	Ciencias Empresariales		
Carreras de CPE			
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>		
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>		
Integrantes:			
Código	Alumno	Correo electrónico	Teléfono
	Cindi Benavente Callisaya		

Título del trabajo de investigación:

“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO INTERNACIONAL DE EXPORTACIÓN DE CREMA FACIAL ANTIARRUGAS A BASE DE PITAHAYA AMARILLA AL MERCADO DE TURQUÍA”

El Jurado revisor concluye que el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller es:

Aprobado (13 – 15)	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado – Muy Buena (16 – 18)	<input type="checkbox"/>
Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)	<input type="checkbox"/>
Desaprobado (0 – 12)	<input type="checkbox"/>

Calificándola con nota de: 13 en letras (trece)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

Trabajo aprobado

Atentamente,

Profesor del curso
Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mi seres queridos, por toda la colaboración realizada durante estos años.

iii

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su protección y agradezco a mis padres por el apoyo y a mis seres queridos, por toda la colaboración realizada durante estos años.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
Resumen Ejecutivo	ix
ABSTRACT	xi
CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO	13
1.1. Formulación de la idea de negocio	13
1.1.1 Descripción de la necesidad insatisfecha	14
1.1.2 Producto a ofrecer	16
1.2. Análisis de la oportunidad	19
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO	21
2.1. Análisis de la industria, del mercado y estimación de la demanda (A. externo)	21
2.1.1 Análisis de la Industria	25
2.1.2. Análisis del mercado	30
2.1.3. Estimación de la demanda	32
CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	34
3.1. Análisis FODA	34
3.1.1. Fortalezas	34
3.1.2. Oportunidades	34
3.1.3. Debilidades	35

3.1.4. Amenazas	35
3.2. Misión	36
3.3. Visión	36
3.4. Objetivos estratégicos	36
3.5. Estrategias Genéricas	37
3.5.1 Estrategias de Ventas	37
3.5.2 Estrategias de desarrollo del producto	38
3.5.3 Estrategias de diferenciación	38
3.6. Fuentes de ventajas competitivas	39
3.7. Alianzas estratégicas	40
CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING	40
4.1. Estrategias generales de Marketing	40
4.2. Políticas de precio	43
CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES	44
5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones	45
5.2. Estrategias de Crecimiento	46
5.3. Alcance de las operaciones	47
CAPÍTULO VI. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS	48
6.1 Diseño de la Estructura	48
6.2. Plan de Recursos Humanos	50
CAPÍTULO VII. PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	51
7.1. Plazos y gastos de puesta en marcha	51
7.2. Estados Financieros proyectados	53

7.2.1. Ingresos proyectados	53
7.2.2. Costo de Ventas proyectado	55
7.2.3. Estado de Resultado Proyectado	56
7.3 Flujo de caja	58
7.4 Balance General	60
CAPÍTULO VIII. EVALUACIÓN FINANCIERA	61
CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valor importado por Turquía de la P.A. 3304.99.00. por país proveedor al 2017..16	
Tabla 2. Principales empresas peruanas exportadoras de la P.A. 3304.99.00 al mundo 32	
Tabla 3 Part. de producto antiarrugas en las ventas del cuidado de la piel 2016.	
Tabla 4. Proyección de ventas de crema antiarrugas en Turquía al 2020	33
Tabla 5. Ficha técnica	38
Tabla 6 Funciones de los Puestos por área de la empresa	49
Tabla 7. Los gastos en puesto en marcha	52
Tabla 8. Presupuesto de venta mensual	54
Tabla 9. Presupuesto de ventas anual	54
Tabla 10. Costo de ventas proyectado.....	55
Tabla 11. Estado de Resultado	57
Tabla 12. Flujo de caja	59
Tabla 13. Balance General.....	60
Tabla 14. Determinación de Beta.....	62
Tabla 15. Clasificación crediticia, riesgo país: Perú.....	63
Tabla 16. Rendimientos anuales de acciones, bonos y letras del tesoro- Prom. Arit	63
Tabla 17. Determinación del COK.....	63
Tabla 18. Determinación DEL WACC	63
Tabla 19. Evaluacion económica del negocio	64
Tabla 20. Evaluacion financiera del negocio	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cosméticos importados por Turquía de la P.A. 330499 en el 2017.....	15
Figura 2 Pitahaya amarilla planta y fruta	18
Figura 3. Consumo de cosméticos turcos 2013- 2017.....	26
Figura 4 Consumo de cosméticos turcos por producto 2017	27
Figura 5 Diseño y distribución de instalaciones	44
Figura 6. Diagrama de Flujo de proceso	45
Figura 6 Estructura Organizacional.....	48

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto evalúa la factibilidad y viabilidad de cremas naturales antiarrugas a base de Pitahaya amarilla con certificación Halal. Teniendo como mercado objetivo de sus exportaciones al país de Turquía.

Se identifica la existencia de un mercado desatendido en el sector cosmético en el país de Turquía. Según Euromonitor Internacional (2017), un nicho de mercado cuyas ventas crecen a un ritmo del 15% anual, donde los productos de cremas antiarrugas son la categoría con mayor crecimiento. Teniendo el público objetivo ideal para el tipo de producto que se desea insertar; dado que según Turkstat (2015), el 47% de las mujeres en Estambul tiene entre 25-54 años.

Así mismo, el mercado potencial para nuestro producto, son con el target de mujeres musulmanas, que adquieren productos con certificación halal, pero este mercado actualmente se encuentra desatendido. Siendo este factor de relevancia, puesto que según la Central Intelligence Agency CIA (2017) el 99.8% de la población turca es de religión musulmana (sección gente y sociedad, parr. 5)

Por otro lado, Turquía no es ajena a la tendencia mundial del incremento de la demanda de productos naturales para el cuidado de la piel. Productos que sean amigables con el medio ambiente y no tengan los efectos nocivos de las toxinas de los cosméticos industriales. Dándole una relevancia significativa; ya que según Nielsen (2013) el 68% de ellas prefieren productos amigables con el medio ambiente, aunque el precio sea mayor. (p.15)

Es por ello, que a partir de los datos anteriormente expuestos se procedió a realizar una investigación y una proyección a cinco años, detallado en nueve capítulos, que dieron como resultado la aprobación de factibilidad y viabilidad del proyecto, y sugiriéndose la ejecución del mismo.

ABSTRACT

This project evaluates the feasibility and viability of natural anti-wrinkle creams based on yellow Pitahaya with Halal certification. Having as target market of its exports to the country of Turkey.

The existence of an unattended market in the cosmetic sector in the country of Turkey is identified. According to Euromonitor International (2017), anti-wrinkle cream products are the fastest growing category. Having the ideal target audience for the type of product that can be inserted; Given that according to Turkstat (2015), 47% of women in Istanbul are between 25-54 years old.

Likewise, the market potential for our product, the goal of Muslim women, the demand for products with halal certification, but this market is currently unattended. This is a relevant factor, since according to the CIA Central Intelligence Agency (2017), 99.8% of the Turkish population is of Muslim religion (section People and Society, par.

On the other hand, Turkey is not immune to the global trend of growing demand for natural products for skin care. Products that are friendly to the environment and do not have the harmful effects of the toxins of industrial cosmetics. Giving it significant importance; Since according to Nielsen (2013) 68% of them prefer environmentally friendly products, although the price is higher. (p.15)

That is why, based on the previous data, an investigation and a five-year projection have been carried out, detailed in nine chapters, which have been obtained as a result of the approval of the feasibility of the project, and to suggest the execution of the same.