



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

“Exportación y Comercialización de Pisco
Artesanal de Caravelí - Arequipa Dirigido al
mercado de Italia - Europa”

Para obtener el Título Profesional de:

Licenciado en Administración de Negocios Internacionales;
Bachiller Gamboa Montes, César Augusto

Licenciado en Administración de Empresas;
Bachiller Sotomayor Gonzales Maikol

Lima - Perú

2017

RESUMEN EJECUTIVO

El incremento de la demanda de pisco a nivel nacional (95% de la producción) e internacional ha conllevado a un aumento en la producción industrial del pisco (destilado bandera del Perú). Lo cual ha conllevado: i) adulteración del producto (quita participación en el mercado al Pisco original y afecta su prestigio y precio), ii) escasez del recurso hídrico en toda la costa peruana (insumo costoso), iii) bajos precios que no representan la calidad de producto, iv) bajos ingresos a los que participan en la cadena de valor en la producción de uvas. Esta presión del mercado no le permite competir de igual manera a los productores artesanales en varias zonas del país por la falta de acceso al mercado, aceptación de sus precios más altos, falta de acceso a tecnología y el bajo acceso a fuentes de financiamiento (tasas de interés muy elevadas). El valle de Caravelí (Arequipa), pese a que sus reconocidos productores artesanales de Piscos que han ganado medallas nacionales e internacionales no han logrado encontrar mercados que aprecien su calidad. El pisco 1901, de la provincia de Caravelí es el único remanente histórico donde se produce pisco en una infraestructura tallada en roca de sillar de más de 100 años, así como el reposo del mosto en tinajas de barro de más de 200 años. Frente a este reto con la competencia de producción industrial, evaluamos nuestras ventajas competitivas y comparativas como una oportunidad para un mercado tendencia en i) productos biológicos, ii) con historia, iii) socio ambiental responsable que se alinean a los productos gourmet con una producción más delicada en su elaboración bajo el baluarte del Slow Food.

1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO: En esta etapa realizamos dos investigaciones de mercado, la investigación 1: Dirigido a los potenciales consumidores del destilado de uva en el mercado Italiano. Esta investigación se realizó en forma online y dio resultados positivos del consumo. La investigación 2: Realizada por nuestra bróker residente en Italia, quien previo obsequio de muestras comerciales a 60 potenciales importadores italianos realizó una encuesta que tenía como objetivo calcular la posible demanda potencial de exportación de nuestro producto "PISCO 1901". Los resultados de esta investigación 2 fueron favorables y permitieron en la práctica lograr con dos importadores italianos de reconocida experiencia en la distribución de licores, la aceptación de dos pre-contratos de compra y venta internacional a ejecutarse a partir de febrero del 2019.
2. PLAN DE MARKETING: En esta etapa elaboramos y desarrollamos el plan de marketing que contiene las principales actividades de promoción y publicidad para ingresar al mercado

italiano. Destacando la tradición, historia y cultura de la elaboración de PISCO 1901, buscando ser reconocidos como la empresa baluarte en “SLOW PISCO”.

3. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO: Nuestro plan estratégico se basa, en un análisis del corto y largo plazo. En el corto plazo logramos aprovechar con éxito la experiencia y relaciones públicas de nuestra bróker internacional en el mercado italiano al conseguir dos pre-contratos de compra y venta internacional; y para el largo plazo hemos sido más técnicos utilizando un análisis FODA que nos permitirá destacar nuestras fortalezas y oportunidades, así como subsanar nuestras debilidades y amenazas.
4. PLAN EXPORTADOR: en primer lugar, se determinará el MOQ de exportación en valor FOB Callao que equivale a un contenedor de 20” que contiene 648 cajas master con 12 unidades de pisco cada una. Así mismo, hemos sido muy cuidadosos en determinar nuestro costo FOB Callao que contiene el costo del producto terminado, más los costos logísticos de su traslado hacia Lima y su posterior traslado a la aduana marítima del Callao. Nuestros costos también incluyen los gastos de embarque y despacho de exportación presupuestados por nuestro operador logístico integral. Y para la determinación de nuestro precio de venta final de exportación hemos contemplado una utilidad atractiva que conserva un precio competitivo en el mercado internacional y que le permite a nuestros importadores italianos una rentabilidad razonable en el mercado de destino. En conclusión nuestro precio de venta FOB Callao por un contenedor de 20” US\$ 113,975.51 dólares americanos.
5. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO: El análisis de la factibilidad económica de inversión en nuestro plan de negocio comienza con el cálculo de la inversión total que asciende a la suma de US\$ 65,481.99 dólares americanos, cuyo 70% será aportado por los dos socios accionistas de nuestra empresa AGROVELÍ S.A.C., el Sr. César Augusto Gamboa Montes y el Sr. Maikol Sotomayor Gonzales; mientras que el 30% restante será financiado con un préstamo bancario. Cabe señalar, que la mayor parte de nuestra inversión total de nuestro plan de negocios está destinada al capital de trabajo que asciende la suma de US\$ 60,482.88 dólares americanos. El objetivo del capital de trabajo es financiar sin problemas nuestro primer embarque de exportación, ya que el método de pago solicitado al importador es un adelanto del 40% del precio de venta FOB Callao de exportación que equivale a la suma de US\$ 45,590.20 dólares americano. Si este adelanto del importador le añadimos los US\$ 60,482.88 dólares americanos de capital de trabajo tendremos un total de recursos disponibles para poder financiar el embarque de nuestra primera exportación

y así continuar con nuestros demás despachos de exportación que se expresan en nuestro flujo de caja proyectados.

Finalmente nuestro análisis de sensibilidad en escenario moderados y razonables de crecimiento nos arrojan utilidades y un VANE positivo de 144,771 dólares que amerita la inversión en el presente plan de negocios de exportación.