

Páginas
56 a 59

Fecha de
Recepción:
10/05/16

Fecha de
Aprobación:
11/02/16

EXPORTACIÓN DE NONI EN CÁPSULAS DESDE COCHABAMBA HACIA IQUIQUE – LAS PYMES ASPIRAN A CRECER DESARROLLANDO NUEVOS PRODUCTOS Y MERCADOS

NONI CAPSULES EXPORTATION FROM COCHABAMBA TO IQUIQUE – PYMES AIM TO GROW BY DEVELOPING NEW PRODUCTS AND MARKETS

Est. Daniela Rodríguez Águila (1)

RESUMEN

El presente artículo expone los resultados del proyecto que fue diseñar un plan de exportaciones a un año para la empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L.; de su producto Noni en cápsulas, dirigido al mercado de Iquique.

Considerando que el producto es nuevo en Bolivia, se desarrolló un estudio de carácter cualitativo, exploratorio y no experimental. El análisis del mercado final se realizó en base a datos de fuentes secundarias y revisión bibliográfica.

Se seleccionó a las Farmacias Cruz Verde como importador del producto analizando: las ventajas de distribución, logística, venta de productos del rubro y disposición de un amplio alcance de mercado; se aplicaron pruebas de algodón y entrevistas.

El principal objetivo del plan de exportación fue determinar la factibilidad comercial del producto en el mercado de Iquique, se obtuvo como resultado que es un negocio factible y rentable según las herramientas financieras: TIR, VAN y otras.

Palabras clave: Noni. Exportación. Logística. Distribución.

ABSTRACT

This article presents the results of the project that consisted in designing an export plan in a year for the company Noni Nueva Esperanza S.R.L., for its product Noni capsules, addressed to Iquique market.

Whereas the product is new in Bolivia, a qualitative, exploratory and non-experimental study was developed. The final market analysis was performed based on data from secondary sources and literature review.

Cruz Verde pharmacies was selected as an importer of the product under consideration: the advantages of distribution, logistics, product sales for the category and disposition of a wide range of market; cotton tests and interviews were applied.

The main objective of the export plan was to determine the commercial feasibility of the product on the Iquique market; the result was obtained as a feasible and profitable business according to financial tools: IRR, NPV and others.

Keywords: Noni. Export. Logistics. Distribution.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el desarrollo del comercio internacional es muy importante para el crecimiento económico, creación de empleo pleno y mejoramiento del nivel de vida de los ciudadanos de un país (1). Por ello se hace indispensable que las empresas bolivianas tanto privadas como públicas desarrollen e impulsen a la actividad exportadora.

Las exportaciones contribuyen al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas productoras, las cuales fabrican y desarrollan productos con valor agregado (1). Es necesario que el país deje de vender materia prima y comience a fabricar sus propios pro-

1. Estudiante de Lic. Comercio Internacional. Univalle Cochabamba – Bolivia. danita.roag@gmail.com

ductos, pues esto impulsa a la obtención y mejora de la tecnología.

La empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L., se constituye como una PyME que produce, distribuye y vende Jugo de Noni natural y Noni Líquido Concentrado. Actualmente, desea exportar Noni en cápsulas, y no en jugo por las siguientes razones: tiene un menor riesgo al ser transportado, esto permite al exportador un mayor ahorro económico, la durabilidad del Noni en cápsulas es mayor por su estado de deshidratación, y no requiere ser pasteurizado como el jugo para su exportación.

Inicialmente, se ha propuesto exportar 5.000 unidades de producto trimestralmente, durante el período de un año; según INCOTERM CIP. Habiéndose establecido ingresar al mercado externo por el canal corto de distribución, a través del importador Farmacias Cruz Verde (2).

El estudio tiene un alcance exploratorio, tomando en cuenta que no se han realizado antes exportaciones del producto de Noni en cápsulas.

Para producir en mayores cantidades, será necesario contratar mayor cantidad de personal, lo que generará empleos en el área del Chapare, así como también ingresos para los agricultores de Noni.

Una de las principales razones por las cuales se eligió Iquique como mercado meta fue que Chile está cerca, también que entre Chile y Bolivia se cuenta con el Acuerdo de Complementación Económica N° 22, en el cual los productos que mantienen un 70% de originalidad, gozan de un libre tránsito aduanero entre ambos países si el producto aporta a la economía del otro país. Esto permite que el producto llegue al mercado chileno con un precio económico y accesible.

Iquique es la ciudad con mayor actividad de comercio en Chile, por su puerto; la Zona Franca comercial, y también es el lugar por donde tiene que pasar todo producto en la aduana para su aprobación de ingreso al mercado chileno.

Para comenzar a vender en cualquier mercado es necesario previamente determinar la factibilidad económica, comercial y técnica del producto en el mercado objetivo. Para esto se ha realizado una investigación en base a datos secundarios sobre el mercado de Iquique, en Internet.

Para llegar al mercado internacional se requiere definir de qué manera se va ingresar a éste, definiendo hasta

que nivel de proceso de internacionalización se puede llegar con los recursos de la empresa, Noni Nueva Esperanza S.R.L. ha decidido ingresar mediante un importador que actúe como intermediario entre el mercado meta y el productor.

Mediante entrevistas on-line y un análisis de prueba de algodón a 5 posibles compradores del Noni en cápsulas en Iquique, se ha determinado que el importador de las Farmacias Cruz Verde es el más apto, por su amplio alcance de mercado en todo Chile.

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología que se utilizó para la investigación fue de carácter cualitativo, tipo de investigación exploratorio, al no tener información primaria acerca del mercado meta, ni el producto que al ser bastante nuevo en el mercado nacional no se encontraron planes de exportación de Noni en cápsulas como referencia.

El diseño de la investigación fue no experimental, porque se ha realizado una observación de los datos secundarios del mercado objetivo, al no tener acceso a éste, se ha realizado una investigación mediante revisión bibliográfica, así como también análisis de tablas y gráficos de Internet, además, se han realizado entrevistas al gerente general de la empresa y a 5 posibles importadores del producto en Iquique.

Para determinar la población objeto de estudio se han determinado dos mercados para el producto; el mercado directo que llegaría a ser el mercado importador; el mercado final que llegarían a ser los 181.773 habitantes de Iquique y el gerente general de la empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L., que colaboró en la investigación con todos los datos de la empresa y respondiendo a una entrevista personal.

La muestra que se tomó fueron 5 posibles importadores del producto en Iquique:

- Farmacias Cruz Verde (Cadena de Farmacias).
- DellaNaturaMarket (Micro mercado naturista).
- La Hoja Verde (Tienda de productos naturales).
- IBIS (Ecotienda).
- NaturLand (Farmacia naturista y Ecotienda).

El mercado al que la empresa debe llegar para realizar las exportaciones es el mercado importador, por lo tanto se seleccionó una muestra de 5 posibles impor-

tadores mediante una guía en Internet (2), de las lista anterior de compradores de Noni en cápsulas, solo 2 empresas han demostrado interés en la importación del producto Farmacias Cruz Verde y DellaNatura-Market, para conseguir estos datos se han realizado entrevistas en línea por el gerente general de la empresa Fernando Aguila Navia.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se utilizaron fueron: entrevistas por Internet, recolección de datos secundarios, revisión de fuentes bibliográficas, análisis prueba de algodón, una entrevista personal al gerente general de la empresa exportadora, revisión de gráficos y tablas en Internet.

RESULTADOS

La empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L., con la iniciativa de maximizar sus beneficios, ha visto por conveniente tomar la estrategia de diversificación de productos, obteniendo de esta manera el producto de Noni en cápsulas:

Figura N° 1. Producto de Noni



Fuente: (2).

Antes de realizar inversiones en la producción del producto en el mercado de Cochabamba, los propietarios del negocio realizaron una investigación de mercados, en la que se obtuvo como resultado que el producto no tendría un fuerte impacto de ventas en el mercado nacional (3), por la falta de conocimiento del sector de alimentos para la salud. De este modo se decidió dirigir el nuevo producto al mercado internacional de Iquique, donde este sector ya está desarrollado y este país no tiene las capacidades productivas necesarias, Chile realiza importaciones de Noni en una cantidad

de 38.900 Kg anuales, en todas sus presentaciones tanto en cápsulas, como en té, en shampoo, cremas, jugo, etc. (4).

Para saber si es viable realizar el plan de exportación del producto nuevo a este nuevo mercado, se ha realizado una investigación del mercado de Iquique, con datos secundarios, revisión de fuentes bibliográficas. Para ingresar al mercado chileno la empresa ha determinado tener un comprador directo que actúe como intermediario entre el mercado meta y la empresa exportadora, dicho intermediario es el importador de las Farmacia Cruz Verde, quien ha aceptado realizar la importación del producto y vende productos de la misma índole, por la cual se encontró con un mercado directo.

Se encontró la siguiente información en la página web de Fundación Chile: Iquique en la actualidad alcanza a los 181.773 habitantes, de la cual según datos del estudio Chile Saludable es el resultado de un trabajo conjunto entre Fundación Chile, Elige Vivir Sano, Collect GfK y Fundación de la Familia. Se sabe que un 70% de la población aproximadamente, se ocupan del consumo de alimentos saludables para su cuerpo. Entonces de este 70% de la población, un 18,02% ya es consumidor del producto de Noni en cápsulas o píldoras de Noni puro o Noni combinado (4). Según el estudio que se hizo del perfil de consumidor, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 1. Datos estadísticos del mercado final

N	Número Total de habitantes en Iquique	181.773
n	Consumidores del sector	127.411
Mp	Mercado potencial	54.532
Ma	Mercado actual	22.934
C	Consumidores de otros productos del sector	144.644

Fuente: (4).

Se ha obtenido como resultado que el plan de exportación a un año de Noni en cápsulas de la empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L. es un proyecto viable. Según las herramientas financieras en la relación beneficio–costo se obtiene como resultado 1,08, lo que significa que el negocio es rentable porque el resultado es mayor a 1. También se realizó un flujo de caja a 5 años del cual se obtuvo un Valor Actual Neto de Bs. 187.320,85 y una Tasa interna de retorno de 34,22%. El flujo de caja se presenta a continuación:

Tabla N° 2. Flujo de Caja del Proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO (En Bolivianos de noviembre del 2013)						
ITEM /AÑO	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS	-	1.717.500	1.717.500	1.717.500	1.717.500	1.718.720
Ingresos por ventas	-	1.717.500	1.717.500	1.717.500	1.717.500	1.717.500
Otros ingresos	-	-	-	-	-	1.220
B. COSTOS	-	1.594.632	1.594.632	1.594.632	1.594.632	1.594.632
Costos Operativos	-	1.573.618	1.573.618	1.573.618	1.573.618	1.573.618
Depreciación (-)	-	21.014	21.014	21.014	21.014	21.014
C. UTILIDAD BRUTA (A - B)	-	122.868	122.868	122.868	122.868	124.088
D. IMPUESTO A LAS UTILIDADES (C * 25%)	-	30.717	30.717	30.717	30.717	31.022
E. UTILIDAD NETA (C - D)	-	92.151	92.151	92.151	92.151	93.066
Depreciación (+)	-	21.014	21.014	21.014	21.014	21.014
Valor residual en libros (+)	-	-	-	-	-	88.280
Recuperación de capital de trabajo (+)	-	-	-	-	-	37.996
Inversión Inicial (-)	245.989	-	-	-	-	-
Capital de trabajo (-)	37.996	-	-	-	-	-
FLUJO NETO (Σ)	283.985	113.165	113.165	113.165	113.165	240.356

Fuente: Elaboración propia, 2015.

DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación son positivos, la exportación del noni en cápsulas a Iquique es un negocio factible, al recuperar su inversión antes del año 5 manteniendo la cantidad de 20.000 unidades de exportación anuales.

Con un resultado positivo de la investigación, se recomienda a la empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L. realizar las exportaciones de su producto nuevo Noni en cápsulas, porque se ha concluido en la investigación que es un negocio rentable y conveniente, si el producto se vende a un precio CIP de USD 12,5 lo que en bolivianos serían BOB 85,88. También es importante mencionar que si se realizan exportaciones regulares, la empresa deberá implementar en su organización un departamento especialmente para el área de exportaciones.

Asimismo, según los resultados de la investigación, la cantidad de exportación debería aumentar de manera gradual, observando que es un negocio rentable y la empresa debería aprovechar esta oportunidad de crecer y cada año extender su mercado en las demás ciudades y comunas de Chile.

La empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L. cuenta con los recursos; técnicos, económicos, de maquinaria, materia prima, insumos y de infraestructura necesarios para realizar tanto la producción como las exportaciones del producto de Noni en cápsulas.

La empresa cuenta con 2,5 Hectáreas de plantación de Noni, lo que son 4,7 Toneladas Métricas de producción de fruto (2). En caso de que haya un faltante

de frutos para la realización de los tres productos que la empresa produce. Se tiene un programa de acopio en el que se le da a agricultores de la zona plantas de Noni de manera gratuita, para que las cultiven con la condición de que si la empresa requiere frutos en caso de imprevistos o que falte materia prima, la venta de frutos de Noni sea para Noni Nueva Esperanza S.R.L. De este modo, no falta materia prima para la elaboración de los tres productos de la empresa ya que anualmente produce 5.630 litros de Jugo de Noni Natural y 11.559 litros de Noni Líquido concentrado, con las exportaciones trimestrales deberá producir 20.000 unidades más del producto de Noni en cápsulas, tomando en cuenta que cada envase cuenta con 63 gramos de Noni en polvo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, a mis papás, a mis abuelitos, a toda mi familia y a mi novio Grover por el apoyo incondicional en todos mis proyectos y metas. También a la empresa Noni Nueva Esperanza S.R.L. por brindarme toda la ayuda y el material requerido para lograr una buena investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) GUZMÁN. (Fecha de Publicación: 04 de abril de 2012). www.globalnegotiator.com.
- (2) ÁGUILA NAVIA, F. (2014). Plan de negocios Noni con atomizador. Bolivia.
- (3) ÁGUILA NAVIA, F. (2013). Plan de negocios Noni Nueva Esperanza. Bolivia.
- (4) FERNÁNDEZ BACA, M. (2015). Fundación Chilena para la Salud. Chile.

Fuentes de financiamiento: Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.

Declaración de conflicto de intereses: Los autores declaran que no tiene ningún conflicto de interés.

Copyright (c) 2020 . Est. Oaniela Rodriguez Águila



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumendelicencia](#) - [Textocompletodelalicencia](#)