



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de
Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos
de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR :

Br. Bequer Lafayette Silva Melendez

ASESOR :

Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo

SECCIÓN:

Ciencias empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Modelos y herramientas gerenciales

CHICLAYO- PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado

a:

Dios, que en todo momento está conmigo guiándome para tomar el camino correcto, dándome sabiduría para cada situación de mi vida.

De manera especial a mis tíos Ernesto Tapia Gonzales y Marianela Silva de Tapia, quienes han estado a mi lado brindándome siempre su apoyo en cada decisión y proyecto en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a:

Dios, por darme su amor y otorgarme tantas bendiciones en mi vida.

A mis tíos Ernesto Tapia Gonzales y Marianela Silva de Tapia, que con su apoyo puedo concluir con éxito todos los proyectos que me propongo en la vida.

PÁGINA DEL JURADO



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL JURADO EVALUADOR DE LA TESIS TITULADA:

Plan de exportación de Bananos Orgánicos para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annaple - Monopé al mercado de Estados Unidos

QUE HA SUSTENTADO DON (DOÑA):

Bequer Latayette Silva Melendez

NOMBRES Y APELLIDOS

ACUERDA:

Aprobar por Unanimidad

RECOMIENDA:

J

Pimentel, 15 de Enero de 20 19

MIEMBRO DEL JURADO

PRESIDENTE: *Dra. Mercedes Alejandrina Collozo Alarcón*

SECRETARIO: *MBA Tania Yessy Mendoza Bonale*

VOCAL: *Dr. Hugo Enrique Huiman Taniño*

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Bequer Lafayette Silva Melendez egresado (a) del Programa de Maestría (x) Doctorado () en Maestría en Administración de Negocios de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° 47057652

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor (a) de la tesis titulada: **Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos**. La misma que presento para optar el grado de: Magíster en Administración de Negocios.
2. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Pimentel, 12 de Diciembre de 2018



Bequer Lafayette Silva Melendez.
DNI: 47057652

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
PÁGINA DEL JURADO	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN.....	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2. TRABAJOS PREVIOS	3
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	6
1.3.1. <i>Internacionalización</i>	6
1.3.2. <i>Plan de exportación</i>	7
1.3.3. <i>Incoterms</i>	17
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	18
1.6. HIPÓTESIS	19
1.7. OBJETIVOS.....	19
1.7.1. <i>Objetivo general</i>	19
1.7.2. <i>Objetivos específicos</i>	19
II. MÉTODO	20
2.1. DISEÑO DE ESTUDIO.....	20
2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN.....	21
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	22
2.3.1. <i>Población</i>	22
2.3.2. <i>Muestra</i>	22
2.4. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	23
2.4.1. <i>Entrevista</i>	23
2.4.2. <i>Análisis documental</i>	23
2.4.3. <i>Guía de entrevista</i>	23
2.4.4. <i>Análisis de contenido</i>	23
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	23
2.5.1. <i>Descriptivo</i>	24
2.6. ASPECTOS ÉTICOS.....	24
2.6.1. <i>Credibilidad</i>	24
2.6.2. <i>Confidencialidad</i>	24
2.6.3. <i>Originalidad</i>	24
III.-RESULTADOS	25

3.1.	ANÁLISIS DE ESTADO ACTUAL DE LA ASOCIACIÓN CON RESPECTO A SU PRODUCCIÓN Y EXPORTACIONES.....	25
3.2.	ANÁLISIS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS Y COSTOS DE EXPORTACIÓN	26
IV.	DISCUSIÓN.....	28
V.	CONCLUSIONES.....	30
VI.	RECOMENDACIONES.....	31
VII.	PROPUESTA.....	32
7.1.	RESUMEN EJECUTIVO.....	32
7.2.	ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	33
7.2.1.	<i>Descripción de la empresa</i>	<i>33</i>
7.2.2.	<i>Idea del plan de negocio.....</i>	<i>34</i>
7.2.3.	<i>Propuesta de plan de negocio</i>	<i>35</i>
7.3.	PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL	36
7.3.1.	<i>Análisis del sector.....</i>	<i>36</i>
7.3.2.	<i>Análisis del entorno</i>	<i>37</i>
7.3.3.	<i>Matriz FODA.....</i>	<i>40</i>
7.3.4.	<i>Plan estratégico.....</i>	<i>41</i>
7.3.5.	<i>Objetivos específicos – estrategias e indicadores</i>	<i>41</i>
7.3.6.	<i>Plan organizacional</i>	<i>41</i>
7.3.7.	<i>Plan de recursos humanos.....</i>	<i>42</i>
7.4.	ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL Y PLAN DE MARKETING	42
7.4.1.	<i>Mercado internacional</i>	<i>42</i>
7.4.2.	<i>Descripción del producto</i>	<i>43</i>
7.4.3.	<i>Análisis del producto y cartera de productos</i>	<i>44</i>
7.4.4.	<i>Selección de mercado objetivo.....</i>	<i>44</i>
7.4.5.	<i>Análisis de la oferta</i>	<i>44</i>
7.4.6.	<i>Ficha país.....</i>	<i>45</i>
7.4.7.	<i>Exigencias del producto.....</i>	<i>46</i>
7.4.8.	<i>Canales de distribución</i>	<i>46</i>
7.4.9.	<i>Medio de transporte.....</i>	<i>47</i>
7.4.10.	<i>Importaciones del país objetivo desde el Perú</i>	<i>47</i>
7.4.11.	<i>Análisis de la demanda.....</i>	<i>47</i>
7.4.12.	<i>Análisis del comportamiento del consumidor.....</i>	<i>48</i>
7.4.13.	<i>Plan de marketing.....</i>	<i>49</i>
7.5.	PLAN DE OPERACIÓN.....	50
7.5.1.	<i>Ficha insumo producto.</i>	<i>50</i>
7.5.2.	<i>Cadena de producción.....</i>	<i>51</i>
7.5.3.	<i>Costos de producción.....</i>	<i>52</i>
7.5.4.	<i>Estándares de calidad del producto</i>	<i>53</i>
7.6.	GESTIÓN EXPORTADORA	53
7.6.1.	<i>Análisis de costos y precios de exportación</i>	<i>53</i>
7.6.2.	<i>Modalidades de pago</i>	<i>55</i>

7.6.3. <i>Distribución física internacional</i>	55
7.7. PLAN FINANCIERO	60
7.7.1. <i>Flujo de caja económico</i>	60
7.7.2. <i>TIR y VAN</i>	61
7.7.3. <i>Estado de ganancias y pérdidas</i>	61
7.7.4. <i>Flujo de caja financiero</i>	62
7.7.5. <i>TIR y VAN financiero</i>	62
7.7.6. <i>Estado de ganancias y pérdidas</i>	63
7.7.7. <i>Análisis de sensibilidad</i>	63
7.8. ESQUEMA DE TRABAJO PARA DESARROLLO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN	64
VIII. REFERENCIAS	65
ANEXOS	68
ANEXO N° 1 DIAMANTE DE PORTER	68
ANEXO N° 2 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	69
ANEXO N° 3 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	72
ANEXO N° 4 VALIDACIÓN DEL PLAN DE EXPORTACIÓN	75
ANEXO N° 5 ENTREVISTA PARA ESPECIALISTA EN AGROEXPORTACIONES.....	77
ANEXO N° 6 ENTREVISTA PARA PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN	80
ANEXO N° 7 FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS.....	84
ANEXO N° 8 ACTA DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....	85
ANEXO N° 9 REPORTE TURNITIN	86
ANEXO N° 10 AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Diez principales importadores de banano orgánico peruano	2
Tabla 2 Operacionalización de variables.....	21
Tabla 3 Descripción de la Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape	34
Tabla 4 Principales empresas peruanas exportadoras de banano orgánico.....	36
Tabla 5 Ficha país Estados Unidos.....	45
Tabla 6 Importaciones de Estados Unidos desde Perú.....	47
Tabla 7 Potenciales clientes del producto.....	48
Tabla 8 Ficha del producto.....	50
Tabla 9 Costos de producción del banano orgánico	52
Tabla 10 Resumen de costos y gastos	54
Tabla 11 Flujo de caja económico.....	60
Tabla 12 TIR Y VAN.....	61
Tabla 13 Estado de ganancias y pérdidas	61
Tabla 14 Flujo de caja financiero	62
Tabla 15 TIR y VAN financieros	62
Tabla 16 Estado de ganancias y pérdidas financiero	63
Tabla 17 Escenarios: conservador, moderado y optimista.....	63
Tabla 18 Esquema de trabajo de plan de exportación	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Incoterms 2010	18
Figura 2 Matriz FODA de la Asociación	40
Figura 3 Organigrama de la Asociación	41
Figura 4 Descripción del producto.....	43
Figura 5 Canal de distribución.....	46
Figura 6 Proceso productivo del banano orgánico	51

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo se presenta la tesis intitulada Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos. Para obtener el Grado de Maestría en Administración de Negocios.

Esta investigación es relevante, en la medida que esclarece la importancia del apoyo que necesitan los agricultores del distrito de Mórrope para el desarrollo económico y comercial de la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope.

El presente estudio se ha estructurado en capítulos. El primero de los cuales está referido a la introducción, el segundo de ellos, al método aplicado. El capítulo III desarrolla los resultados. El capítulo IV se refiere a la discusión de los resultados. El capítulo V contiene las conclusiones, el VI capítulo, describe las recomendaciones y el capítulo VII la propuesta y el último de los mismos, las referencias.

Seguro del reconocimiento del aporte de este trabajo de investigación se espera que sea evaluado y merezca su aprobación, considerando que toda investigación contribuye a la ampliación del conocimiento.

El autor

RESUMEN

La tendencia mundial de la salud y del bienestar obliga a las agroexportadoras a certificarse y realizar labores culturales orgánicas ya que no afecta la salud de los consumidores, es por eso que los productos orgánicos están ocupando un lugar importante en el mercado internacional.

El Perú representa el 3% de la producción mundial de banano orgánico siendo las principales regiones productoras Piura, Tumbes y Lambayeque. Es por eso que es importante que se aumente el volumen de producción de banano orgánico, y para lograr ese objetivo es importante apoyar el desarrollo de las asociaciones tal como lo viene haciendo el proyecto PNIA en la Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape en el cual se realizó el estudio.

El objetivo del estudio fue elaborar un plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos para la Asociación y se tuvo como hipótesis que un plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos le permite a la Asociación la internacionalización.

En la investigación se usó la metodología descriptiva y propositiva ya que describió la realidad de la asociación y porque se realizó el plan, teniendo como resultado que es viable con un TIR de 48,61% y un VAN de S/.10.4938,32 soles.

Y se concluyó que la asociación seguirá ampliando su cultivo de banano orgánico para lograr su visión, así como Estados Unidos sigue siendo un mercado atractivo y rentable, adicionalmente la manera de disminuir costos de exportación es la comunicación directa con el importador evitando intermediarios.

PALABRAS CLAVE: Plan de exportación, internacionalización, banano orgánico,

ABSTRACT

The global trend of health and wellbeing obliges agro-exporters to become certified and perform organic cultural tasks as it does not affect the health of consumers, which is why organic products are occupying an important place in the international market.

Peru represents 3% of the world production of organic bananas being the main producing regions Piura, Tumbes and Lambayeque. That is why it is important to increase the volume of production of organic bananas, and to achieve this goal it is important to support the development of associations as it has been doing the PNIA project in the Association of Agricultural, Apicultural, Aquaculture Producers and craftsmen of Annape, in which the study was made.

The objective of the study was to elaborate an organic banana export plan to the United States market for the Association and it was hypothesized that an organic banana export plan to the United States market allowed the Association to internationalize.

In the research, the descriptive and propositive methodology was used as the reality of the association and why the plan was made, resulting in a viable TIR of 48,61% and a VAN of S/. 10.4938,32 soles.

And it was concluded that the association will continue to expand its organic banana to achieve its vision, just as the United States continues to be an attractive and profitable market, in addition the way to reduce export costs is direct communication with the importer avoiding intermediaries .

KEYWORDS: Export plan, internationalization, organic bananas.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Los productos orgánicos están ocupando un gran lugar en el mercado internacional debido a las tendencias de los consumidores, que cada vez con más exigentes en cuanto a calidad y lo saludables que pueden ser los productos. Nuestro país no es ajeno a ésta tendencia y muchos de los productos ya cuentan con certificaciones orgánicas, en el 2016 cerca de 500,000 hectáreas alrededor del 7% del total de superficie agrícola peruana fueron destinados a cultivos orgánicos. (Helguero, 2017)

Una gran parte del banano exportado desde Perú es orgánico, que representa el 3% de la producción mundial. Para el 2014 la producción de banano orgánico ocupó cerca de 5500 hectáreas de cultivo, casi el 4% de la producción total de banano. Las principales regiones productoras son Piura, Tumbes y Lambayeque con pequeños productores dueños de fincas de menos de 3 hectáreas, y tienen como principal destino Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Bélgica, Corea del Sur, India y Japón (FAO, 2016)

Las exportaciones peruanas de banano orgánico fueron de US\$152 millones en el año 2016, que significó un crecimiento del 4.8% respecto al año anterior. Sin embargo debido al fenómeno de Niño las exportaciones se vieron afectadas teniendo una caída del 3% en el primer trimestre del 2017. (Helguero, 2017)

Tabla 1 Diez principales importadores de banano orgánico peruano

Ítem	Países Importadores	Valor importado Año 2017 (miles de USD)
1	Países Bajos	\$53,265
2	Estados Unidos de América	\$44,481
3	Alemania	\$20,941
4	Bélgica	\$7,664
5	Finlandia	\$7,105
6	Corea del sur	\$6,753
7	Japón	\$3,439
8	Italia	\$2,090
9	Reino Unido	\$1,573
10	Canadá	\$1,239

Fuente: Trade Map (2018)

Entre el 2013 y 2017, la Asociación de Productores de Banano Orgánico Valle del Chira de Sullana, aumentó las exportaciones de banano orgánico de 4 a 17 contenedores semanales con destino a Europa y Asia. La asociación cuenta con certificaciones como Comercio Justo (Fair Trade), Orgánico y Global Gap que son exigidos para cumplir los estándares de calidad del mercado internacional. El principal destino de las exportaciones de la asociación es Holanda, a dónde se envía el 72% del volumen de exportación. (Andina , 2018)

La asociación Bananeros Orgánicos Solidarios (BOS) realizaron el primer envío de banano orgánico hacia Portugal, el mismo que llegó en enero del 2017, el envío se realizó a través de la marca Fresh Perú, fueron 1,080 cajas con un peso de 27 toneladas. (Gestión, 2017)

Además, los productores de banano orgánico del distrito de Querocotillo, en Piura están realizando sus exportaciones a través de la marca Ecochira, que fue otorgada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). La asociación cuenta con 450 hectáreas de cultivo. (Andina, 2018)

En la región Lambayeque las asociaciones La Juliana, Agroimpe y Miguel Grau, cuentan con 100.5 hectáreas de banano orgánico que cosechan y exportan hacia Holanda, el envío es de 2 contenedores por semana de 20 toneladas cada uno. (Proyecto Especial Olmos Tinajones, 2016)

La Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape, en el distrito de Mórrope hace aproximadamente 11 meses han incursionado en el cultivo de banano orgánico, cultivo que actualmente se encuentra en época de cosecha. El cultivo de banano orgánico está siendo financiado por el estado gracias a que la asociación ganó la financiación de su proyecto en el concurso PNIA 2017. La asociación continúa capacitándose respecto al manejo del cultivo y además se muestra muy interesada y tiene la visión de exportar directamente su producción al exterior, por tal motivo es importante que cuenten con un plan estructurado para su internacionalización.

1.2. Trabajos previos

En el artículo científico “Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América” tuvo como objetivo diagnosticar los puntos débiles de la cadena logística debido a una caída significativa en las exportaciones en Ecuador, con el fin de que las pequeñas y medianas empresas puedan exportar sin intermediarios, donde se encontró que las desventajas de las pequeñas empresas frente a las multinacionales son los altos costos de flete marítimo y ausencia de certificados de sanidad, y para la mejorar la situación de las exportaciones se concluyó en la formación de asociaciones y eliminación de intermediarios para disminuir los costos de producción y poder competir en el mercado internacional. Esta investigación aporta mostrando los aspectos importantes en la cadena logística de exportación para que las pequeñas empresas exporten banano orgánico sin intermediarios. (Fierro Ulloa & Villacres Rojas, 2014)

El artículo científico “Carbon footprint of Premium quality export bananas: Case study in Ecuador, the world’s largest exporter” tuvo como objetivo medir la huella de carbono en las exportaciones de banano orgánico para cumplir con los requisitos del mercado ambientalmente responsable ya que Ecuador es el mayor exportador de banano del mundo con una cota de mercado global del 35% teniendo como principal importador a Estados Unidos, y el consumo promedio mundial de banano por persona en un año es de 9.51 kg, en el 2011 Ecuador exportó 284,590. 787 cajas donde cada caja estándar pesa 18.14 kg, lo que representó 2.146 millones de dólares americanos y se concluyó que el transporte es la etapa que más CO2 produce en la cadena desde la producción hasta la exportación. Este estudio contribuye con el estudio ya que demuestra que la exportación de banano es rentable y con bajo impacto ambiental en su producción. (Iriarte, Almeida, & Villalobos , 2013)

En la ciudad de Machala – Ecuador se realizó un trabajo de investigación denominado “Plan de exportación de puré de banano para la asociación de pequeños productores bananeros de el Guabo” donde se tuvo como objetivo diseñar un plan de exportación de puré de banano con la finalidad de mejorar el nivel socioeconómico de la empresa AsoGuabo S.A. donde se determinó que la inversión para la realización del proyecto era de 1,319.34 USD, siendo bajo y rentable para la empresa. La investigación aporta al estudio ya que demuestra que un plan de exportación brinda beneficios económicos y sociales haciéndolo rentable y sostenible. (Canales Quinto, 2015)

El artículo científico “Importancia de la producción de banano orgánico: caso provincia El Oro, Ecuador” tuvo como objetivo argumentar la importancia de producir banano en condiciones de agricultura orgánica, el cual determinó que una producción orgánica en el banano benefició ampliamente a reducir el impacto ambiental beneficiando al aumento de la calidad del producto y contribuyendo en la salud de los trabajadores y de los consumidores. Este trabajo demuestra que la producción de banano orgánico es muy importante para el ambiente y la salud de los productores como consumidores. (Capa Benítez, Alaña Castillo, & Benítez Narváez, 2016)

En el trabajo de investigación “Plan de negocios para implementar mejoras tecnológicas en una cooperativa de banano orgánico” tuvo como objetivo mejorar los ingresos y reducir los costos de una cooperativa agraria procesadora de banano orgánico donde se determina que para mejorar la calidad y expandir la producción a mercados nuevos se necesita contar con certificaciones y centros de empaque, por lo que en su evaluación financiera se tuvo un TIR del 28.88% y un VAN de 134,764 soles, que se recuperaría en 6.28 años, haciendo el plan rentable. Este estudio aporta en gran medida al estudio ya que demuestra que la producción de banano orgánico es de baja inversión para los productores y que de acuerdo al mercado extranjero la exportación es rentable. (Lozada Gomez & Hipolito Perez, 2017)

En el trabajo de investigación “Cadena productiva del banano orgánico proveniente de la región Tumbes para la exportación a Estados Unidos por la Empresa ANPRO S.A.C., 2016” donde se analizó la cadena productiva hasta la llegada al mercado estadounidense, donde se encontró que el principal punto débil es la comunicación social y cooperativa entre ANPRO SAC y agricultores, provocando retrasos en cada parte del proceso, por lo que el potencial de la empresa mejorando la comunicación le permitiría incrementar la productividad con un aumento del TIR a 48.81% y el VAN a \$197,444.16 USD. Este trabajo aporta demostrando que con un correcto desempeño en todo el proceso desde la producción hasta la exportación del banano orgánico tiene una alta rentabilidad en el mercado estadounidense. (Vigil Gálvez , 2017)

En la investigación “Potencialidad económica y comercial para la exportación de banano orgánico de la cooperativa CALEB de San José de Moro, Chepén al mercado Californiano, Estados Unidos, Trujillo - 2016” el objetivo fue evaluar el potencial económico y comercial para la exportación de banano orgánico para la cooperativa CALEB, donde se tuvo como resultados que Estados Unidos es un buen mercado por tener una gran cantidad de habitantes que consumen este producto. Este trabajo aporta demostrando que Estados Unidos es un mercado rentable para la exportación de banano orgánico. (Carrillo Dávila, 2016)

En el trabajo de investigación “Plan de exportación de banano orgánico (Musa Puridisiaca) al mercado de Estados Unidos-LA 2013” desarrollado para la Asociación

de pequeños Productores de Tongorape que exportan banano orgánico a través de PRONATUR EIRL tuvo como objetivo realizar un plan de exportación para la asociación con el fin de exportar por su propia cuenta sin intermediario, de esta forma aumentando la rentabilidad, se encontró que algunos de los problemas por la cual no exportan directamente es por desconocimiento y miedo por parte de los intermediarios ya que son manipulados y convencidos de que no pueden exportar por si solos, el plan tuvo como resultado el precio por caja de \$12.50 USD valor FOB en el puerto de Paita y un TIR de 63% con un VAN de \$266,347.79 USD, mejorando los ingresos para la asociación. Este estudio demuestra que una asociación mejora su rentabilidad y por consecuencia el nivel socioeconómico exportando sin intermediarios. (Salazar Vásquez, 2014)

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Internacionalización

El proceso de la internacionalización es a largo plazo en el que una empresa crea las circunstancias ideales para salir a un mercado internacional. Para esto la empresa debe contar con un plan detallado, que esté dividido en etapas. El objetivo de internacionalizarse no es solo tener presencia en otro país, sino se debe establecer completamente en la economía de ese país. (Escuela de Estrategia Empresarial - EEE, 2014)

Algunas formas de ingreso a otros mercados según CEUPE (2018) son:

1.3.1.1. Exportación

La exportación consiste en enviar parte de una producción desde el país de origen hacia un país destino mediante diversos canales. Existen tres tipos de exportación: la exportación indirecta, directa y cooperativa.

1.3.1.2. Intermediación

Es considerada una vía eficaz tanto para tener presencia en otro mercado como para al mismo tiempo apoyarse del conocimiento y habilidades fundamentales para el crecimiento de la empresa. Entre los tipos de intermediación más comunes se encuentran: licencias, franquicias, contratos de manufactura y Joint ventures.

1.3.1.3. Internacionalización jerarquizada

Este tipo de internacionalización permite a la empresa propietaria ejercer completo control de los diferentes modos de entrada.

1.3.2. Plan de exportación

Según Promperú (2017), un plan de exportación se desarrolla de la siguiente manera:

1.3.2.1. Antecedentes de la empresa

A. Descripción de la empresa

La descripción de la empresa debe contener datos generales de la misma, el sector económico que desarrolla y los productos que ofrece dentro y/o fuera del país.

B. Historia de la empresa

La historia contiene información relevante acerca de la razón por la que la empresa se fundó, la razón por la que se eligió el producto y el camino que ha recorrido hasta la actualidad.

C. Idea del Plan de negocio

Describe el motivo por el que se desarrolla la propuesta, cual es la finalidad que se busca con el desarrollo del plan.

D. Financiamiento requerido

Describe cual es el financiamiento que se requiere para llevar a cabo las actividades que se proponen en la idea de negocio y se desarrollan en el plan de exportación. ¿Para qué se empleará el dinero?

E. Propuesta de plan de negocio

Se resaltan los beneficios que se obtendrán al desarrollar las estrategias del plan de negocio, se deben tomar en cuenta aspectos sociales, inclusión y protección del medio ambiente.

F. Resumen ejecutivo

Contiene una reseña sobre el plan de exportación, debe ser claro y breve que motive el interés de los lectores. Además debe contener: la descripción de la empresa, descripción del producto, el mercado al que será dirigido el producto, presupuesto para financiamiento y las decisiones de financiamiento.

1.3.2.2. Plan estratégico y Plan organizacional

A. Análisis del sector

Descripción del sector

Emplea el diamante de Porter para identificar el panorama general en que la empresa se encuentra.

Descripción de la competencia

Los competidores deben ser identificados para analizar la posición competitiva y la participación que tienen en el mercado.

B. Análisis del entorno

El análisis del entorno permite estudiar de qué forma se puede aprovechar las situaciones que se presentan para manejar el riesgo adecuadamente para el cumplimiento de las actividades del plan de exportación.

Externo: análisis PESTA

Se analiza la situación económica, social, ambiental, político y tecnológico para identificar la influencia que tienen sobre el rendimiento del negocio.

Interno: autodiagnóstico empresarial

Se identifican las capacidades de la empresa en las diferentes etapas del proceso de exportación. Los factores importantes que la empresa debe considerar son la capacidad de organización, el conocimiento del mercado objetivo, la logística internacional, los recursos económicos, etc.

C. Matriz FODA

La empresa debe conocer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de manera que a través de su identificación se logren tener ventajas competitivas sostenibles.

D. Plan estratégico

Visión y misión

La visión, se refiere a la situación futura que la empresa desea alcanzar. Responde a la interrogante ¿Qué se desea para la empresa en los siguientes años?

La misión, describe a la empresa, sus productos, el mercado y la imagen que proyecta. Responde a la interrogante ¿Quiénes somos, qué hacemos y cómo, quién es nuestro mercado?

E. Objetivos específicos – estrategias e indicadores

Para establecer los objetivos, se debe tener en cuenta la relación fortalezas-debilidades, oportunidades-amenazas.

Las estrategias son la combinación de métodos y planes para apoyar en el cumplimiento de los objetivos.

Los indicadores son usados para medir el resultado de la ejecución de las estrategias para el logro de los objetivos del plan.

F. Plan organizacional

Para realizar el plan organizacional es importante crear un cronograma de las actividades de la empresa, de ésta manera se puede tener control en las acciones que se realizan en el plan estratégico.

Organigrama

Es el esquema que la empresa emplea para organizar los recursos humanos de la empresa, las funciones de los mismos y las líneas jerárquicas.

G. Plan de recursos humanos

El plan de recursos humanos contiene la programación de los recursos humanos tanto dentro como fuera de la empresa.

H. Cronograma de actividades

A través de un diagrama de actividades, se seleccionan los responsables de las actividades durante todo el proceso de desarrollo del plan de exportación.

1.3.2.3. Estudio de mercado internacional y plan de marketing

A. Mercado internacional

Se realiza la búsqueda de información, con la finalidad de identificar el mercado, los nichos, la demanda, preferencias y tendencias, regulaciones, etc.

B. Descripción del producto

Se describe el producto de manera detallada con sus características y proceso de elaboración, las ventajas que ofrece y la razón de ser de la empresa para satisfacer al cliente.

C. Identificación del problema

Se hace un análisis del mercado de destino, qué países son los de mayor demanda, su legislación, principales puntos de entrada y nicho de mercado; además si se cuenta con la oferta exportable del producto.

D. Análisis del producto y cartera de productos

Ciclo de vida del producto

Describe la evolución de las ventas que genera un producto o servicio durante el período de tiempo que permanece en el mercado. Se consideran las etapas de introducción, madurez y declinación.

Matriz de crecimiento y participación

Ayuda a identificar qué productos son los que generan o absorben fondos, para la toma de decisiones acerca de los mismos.

E. Selección del mercado objetivo

Es una decisión fundamental para la empresa, ya que de esto depende la logística, capacidad de producción, finanzas internas, el índice de crecimiento y posicionamiento en el mercado.

F. Análisis de la oferta

Permite identificar la información más relevante acerca del país objetivo en sus sectores económicos y demográficos, además de las barreras arancelarias y parancelarias.

G. Mercado objetivo

Refiere a los consumidores en el mercado a quienes será dirigido el producto. Se estudia las tendencias de los consumidores para la dirección de los esfuerzos y las acciones que se toman en el plan, en busca de convertirlo en consumidores reales del producto.

H. Ficha país

Se detalla la información general del país, se consideran los datos relevantes que permitan obtener un panorama claro y real del país.

I. Exigencias del producto

Los países toman medidas para la protección de sus mercados internos y toma de control de las importaciones.

Barreras arancelarias y parancelarias

Las barreras arancelarias refieren a los aranceles que se aplican a un producto para su ingreso al mercado.

Las barreras parancelarias se refiere a las leyes, regulaciones y políticas que un país exige para la restricción de ingreso de productos extranjeros a su mercado.

J. Canales de distribución

El canal de distribución se refiere al proceso de distribución que un producto o servicio debe seguir hasta llegar al consumidor final.

K. Medio de transporte

Para el traslado de mercancía de un país a otro, se hace uso de un medio de transporte que garantice que la mercancía llegue en perfectas condiciones, para su elección se debe tener en cuenta el origen de la carga y el lugar de destino.

L. Importaciones del país objetivo desde el Perú

Se debe realizar el análisis del comportamiento y evolución de las exportaciones peruanas del producto hacia el mercado objetivo.

M. Análisis de la demanda

Se realiza el análisis del comportamiento del consumidor, para identificar las características de importancia para la toma de decisión de comprar. Estudiar los hábitos de compra y consumo del mercado objetivo.

N. Tendencia general del consumo

Se debe segmentar el mercado para luego identificar cual es el perfil de los consumidores. Estas acciones permiten conocer el tamaño del mercado, establecer el plan de acción, conocer de los consumidores y programar actividades de promoción.

O. Análisis del comportamiento del consumidor

Se evalúan los hábitos de compra según la necesidad, la economía, el estilo de vida y el entorno social para determinar la frecuencia de compra de los productos.

P. Plan de marketing

El plan de marketing se debe desarrollar para determinar el público objetivo en el que se posicionará la empresa, para esto se emplea el mix de marketing (4P): Producto, precio, promoción y plaza.

1.3.2.4. Plan de operación

A. Ficha de insumo producto

Insumos

Se refiere a la materia prima y los materiales que se emplean en el proceso de elaboración del producto.

Personal

Se refiere a la mano de obra directa e indirecta que intervienen en la elaboración de un producto.

Gastos de fabricación

Es el desembolso de dinero para la producción que no es empleado directamente al costo de un producto.

B. Cadena de producción

Son las actividades interrelacionadas y vinculadas para la producción de un producto.

Flujo del proceso productivo

Se representa a través de un diagrama, el mismo que indica los detalles del proceso de producción

C. Costos de producción

Permite realizar el pronóstico de la cantidad que se necesita invertir para producir un producto.

Materia prima

Son los elementos necesarios para producción de un producto.

Mano de obra

Es el esfuerzo que se emplea para transformar la materia prima en el producto final. La mano de obra puede ser directa e indirecta.

Gastos de fabricación

Se considera gasto de fabricación a los elementos que forman parte y permiten la fabricación de un producto.

D. Estándares de calidad del producto

Son los requisitos mínimos de calidad que un producto debe tener para su excelencia.

1.3.2.5. Gestión exportadora

A. Análisis de costos y precios de exportación

Se desarrolla con la finalidad que la empresa defina la cantidad de gastos que se originan en el proceso de la exportación.

Para calcular el precio de exportación, se debe tener en cuenta los precios ofrecidos en el mercado objetivo. El precio se basa en el costo de la producción más el margen de utilidad que se desea, además debe tener un balance entre la estimación de demanda, los costos de producción y marketing.

B. Modalidades de pago

Para las modalidades de pago son necesarios documentos como: la factura, la póliza de seguro y los documentos de embarque.

Las formas de pago pueden ser: adelantado, diferido o mixto.

C. Riesgos

El exportador debe solicitar una póliza de seguro SECUREX (Seguro de crédito a la Exportación), la cual cubre el riesgo financiero para el exportador.

D. Cartas de crédito

Es la modalidad más empleada en los tratos de comercio exterior. Se deben utilizar en operaciones con valores considerables, ya que es considerado un medio de pago seguro y equitativo.

E. Distribución física internacional

Se consideran las operaciones que se necesitan para trasladar la carga desde el lugar de origen hacia el lugar de destino.

Se debe considerar: Preparación del producto, unitarización, manipuleo en terminales, almacenamiento, transporte, seguro de la carga, documentación necesaria, gestión y operación aduanera, gestión y operación bancaria y gestión de distribución.

F. Análisis de riesgo de operarios

Los riesgos operarios incluyen estudiar los indicadores macroeconómicos del país, realizar un análisis del operador logístico y realizar un análisis del comprador acerca de sus estados financieros, deudas, etc.

G. Manejo documentario

Se refiere a la documentación necesaria para un contrato de compra-venta internacional. Se consideran la documentación comercial, certificaciones exigidas y documentación financiera y aduanera.

H. Modelo de cotización

Una cotización debe contener información de la empresa exportadora e importadora, fecha de cotización, características de producto, medio de pago con el que se negocia, precios, medio de transporte, validez de la oferta, etc.

1.3.2.6. Plan financiero

Se analiza el historial financiero de la empresa y cómo se estima su desempeño en el futuro.

A. Plan financiero.

Es la parte cuantificada del plan de exportación. Para su realización se toma en cuenta: el presupuesto maestro y de operación, crédito bancario, presupuesto de gastos y financiero, análisis de rentabilidad y sensibilidad.

1.3.3. Incoterms

Son los términos utilizados para definir lugares de entrega y las obligaciones que recaen en exportador e importador, forman parte del contrato de compra-venta y es determinado por voluntad de ambas partes. (Vargas Acuache, 2014)

Los incoterms se clasifican por grados ascendentes de obligaciones para el vendedor. (Logística y sus Normas)

EXW: Fábrica o lugar convenido.

FCA: Franco transportista lugarconvenido.

FAS: Franco al costado del buque puerto de carga convenido.

FOB: Franco a bordo, puerto de carga convenido.

CFR: Costo y flete, puerto de destino convenido.

CPT: Transporte pagado hasta puerto de destino convenido.

CIF: Costo, seguro y flete hasta el puerto de destino convenido.

CIP: Transporte y seguro pagados hasta puerto de destino convenidos.

DAT: entregado en terminal y puerto de destino convenido.

DAP: Entregado en un punto o lugar de destino convenido.

DDP: Entregado derechos pagados hasta el lugar de destino.

Figura 1 Incoterms 2010

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFI Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■ Vendedor ■ Comprador ■ Vendedor / Comprador

Fuente: (Logística y sus Normas)

1.4. Formulación del problema

¿De qué manera un plan de exportación de banano orgánico permite a la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope la internacionalización?

1.5. Justificación del estudio

El trabajo se justifica porque busca ofrecer un plan de exportación para que la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope exporte por si solo sin intermediarios, ampliando el mercado de la asociación, aumentando sus ventas y mejorando la calidad de vida de los agricultores

asociados y sus familias, además se justifica científicamente ya que se empleará el método científico para el desarrollo de la investigación.

Se justifica socialmente ya que los beneficiados son un colectivo de familias garantizando una mejorar en la calidad de vida de los involucrados y podrán trabajar de manera segura ya que contarán con implementos de seguridad y llevar una correcta higiene en la producción finalmente se justifica ambientalmente debido a que la producción de banano orgánico promueve el cuidado del medio ambiente y un manejo medido en los componentes activos aplicados al cultivo siendo beneficioso para los recursos agua y suelo.

1.6. Hipótesis

Un plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos le permite a la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope la internacionalización.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Proponer un plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope.

1.7.2. Objetivos específicos

Analizar la situación actual de la asociación con respecto a producción y exportaciones.

Realizar un estudio de mercado del banano orgánico a Estados Unidos.

Determinar los costos de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos.

Diseñar el plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos.

Validar el plan de exportación de banano orgánico por medio de un especialista.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de estudio

La presente investigación es de tipo descriptivo y propositivo.

La investigación es de tipo descriptivo, porque se describe la realidad de la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope, para realizar su análisis.

También es de tipo propositivo, porque la investigación tiene como finalidad proponer un plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estado Unidos para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope.

Cabe recalcar, que se utilizarán entrevistas, revisión bibliográfica y documentaria virtual y se harán evaluaciones respecto a los procedimientos realizados por la asociación.

La presente investigación es de diseño no experimental – descriptivo.

Diseño descriptivo, porque se estudiará a la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope y la situación actual de la gestión comercial y productiva en banano orgánico.

2.2. Variables, Operacionalización

Tabla 2 Operacionalización de variables

Variables	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Variable Independiente: Plan de exportación	Asociación	Descripción de la asociación	Guía de entrevista / análisis documental
		Historia	
	Plan estratégico	Análisis del sector	Guía de entrevista / análisis documental
		Análisis del entorno	
		Matriz FODA	
	Plan organizacional	Recursos humanos	Guía de entrevista / análisis documental
		Cronograma de actividades	
	Estudio de mercado	Tendencias de consumo	Análisis documental
		Análisis de la oferta	
		Canales de distribución	
		Medio de transporte	
		Análisis de demanda	
	Plan de marketing	Marketing mix	Análisis documental
	Plan de operación	Materia prima	Guía de entrevista / análisis documental
Cadena de producción			
Costos de producción			
Estándares de calidad			
Gestión exportadora	Costos y precios de exportación	Guía de entrevista / análisis documental	
	Modalidad de pago		
	DFI		
	Manejo documentario		
Plan financiero	Presupuestos	Guía de entrevista / análisis documental	
	Análisis de rentabilidad		
	Análisis de sensibilidad		
	Proceso de producción		
	Control de producción		
Variable dependiente: Internacionalización	Exportación	Tipo de exportación	Análisis documental
		Estrategias de exportación	
	Intermediación	Tipos de intermediación	
Internacionalización jerarquizada	Tipos de internacionalización jerarquizada		

Elaboración: Propia

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

En la investigación se consideró como población 1, a 3 miembros de la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope, ya que de los veintiocho integrantes son los únicos que por el momento producen banano orgánico.

Como población 2, se tomará a especialistas en agroexportación en la ciudad de Chiclayo.

2.3.2. Muestra

En la investigación se consideró como muestra numero 1 a un miembro de la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope.

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra a obtener.

N = tamaño de la población total (3)

σ = desviación estándar de la población (0.5)

Z = nivel de confianza al 99% (1.96)

e = error muestral (0.5)

En la investigación se consideró como muestra numero 2, a un especialista en agroexportación en la ciudad de Chiclayo.

2.4. Técnicas y procedimientos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para la investigación se emplearán las siguientes técnicas de recolección de datos:

2.4.1. Entrevista.

Será dirigida a los productores de la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope, en la que se recopilará las opiniones de los asociados para obtener información detallada de la situación actual, oportunidades y limitaciones que enfrentan.

2.4.2. Análisis documental

Se realizará la búsqueda de información estadística, mediante el uso de páginas web y revisión bibliográfica, que aporte a los resultados de la investigación.

Además para la investigación se emplearán los siguientes instrumentos de recolección de datos:

2.4.3. Guía de entrevista

El instrumento apoyará en la aplicación de la entrevista, para llevarla a cabo de una manera organizada y a profundidad para obtener información detallada.

2.4.4. Análisis de contenido

Se emplearán herramientas de inteligencia comercial, páginas web y software; lo que permitirá recopilar información para evaluar la producción de la asociación.

2.5. Métodos de Análisis de Datos

Se emplearán los siguientes métodos para el análisis de los datos:

2.5.1. Descriptivo

Se describirá la situación actual de la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope, en cuanto a producción y exportación de banano orgánico.

2.6. Aspectos éticos

2.6.1. Credibilidad

La investigación se realiza a través de observaciones y recolección de información a las poblaciones. Los resultados de la investigación son verdaderos y reales para las poblaciones estudiadas.

2.6.2. Confidencialidad

Éste aspecto garantiza la confidencialidad de la información personal brindada por las poblaciones estudiadas, la cual no será divulgada sin consentimiento.

2.6.3. Originalidad

En la presente investigación se respetan los derechos de autor, todos los conceptos y conclusiones de los autores han sido citados debidamente

III.-RESULTADOS

3.1. Análisis de estado actual de la Asociación con respecto a su producción y exportaciones

Entrevista realizada al señor Juan Ventura Santamaría – Presidente de la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape.

La Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape fue fundada el 01 de diciembre del año 2016 en la oficina de la SUNARP Chiclayo con partida registral número 11236848 y con registro en la SUNAT con RUC número 20601723108. El representante legal y presidente de la asociación es el señor Juan Ventura Santamaría, menciona que los productores de la asociación en su mayoría tenían el cultivo de maíz y que gracias al proyecto de riego tecnificado apoyado por la Embajada de Japón y la ONG CIDAR los cuales los llevaron a tres pasantías, les amplió la mente y tener la visión de poder exportar independientemente a los mercados de China y Japón su producción de banano orgánico y la misión que tienen es poder llegar a 30 hectáreas de producción de banano orgánico en la asociación pudiendo enseñar y ayudar a los demás para que roten sus cultivos de maíz a banano orgánico.

La asociación cuenta con la fortaleza más importante que es su cultivo y la oportunidad de ser parte de un proyecto financiado por el Banco Mundial por medio del Estado, además la debilidad que tienen es la poca experiencia en el manejo del banano orgánico ya que recién tendrán la primera cosecha y ellos consideran que su cultivo no presenta ninguna amenaza aunque se podría decir que las asociaciones que también venden a las empresas compradoras de banano son su competencia y amenaza.

Los procesos de producción para el banano empiezan con la siembra y donde cada agricultor puede contratar un peón para poder realizar trabajos como el abonado del suelo, deshierbado, abonar la parte foliar, colocar y vigilar las cintas cada semana

cambiándolas de color con forme sea necesario, también colocar bolsas para la protección solar y evitar manchas en el banano así como controlar la cantidad de fruta por cabeza quitándole las tres últimas filas ya que esto permite aumentar el calibre del banano llegando al tamaño óptimo de venta que es mayor a 8 pulgadas.

Además la asociación cuenta con un calendario de actividades donde están incluidas las reuniones mensuales, quincenales y semanales para que puedan compartir sus avances en el proyecto así como experiencias y enseñanzas. Y por el momento no llevan un control financiero de manera independiente ya que toda la inversión está en manos del proyecto.

Actualmente la Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape son parte del grupo de Proyectos Seleccionados del Concurso 2017 PNIA, denominado ADAPTACIÓN DE DOS VARIEDADES DE BANANO (CAVENDISH VALERY Y WILLIANMS) COMO OPCIÓN DE ALTA RENTABILIDAD EN LA LOCALIDAD DE ANNAPE ALTO - MORROPE que está ubicado en la Región Lambayeque, Provincia Lambayeque, Distrito de Mórrope con una inversión total de 279,337 soles, el cual está dividido en cuatro hitos y ya va 11 meses desde su inicio, faltando solo el cuarto hito que se les entrega en efectivo, el proyecto les compra las semillas de un vivero de Piura y los productores ponen la mano de obra.

El proyecto será para 2 hectáreas pero se implementará una hectárea más, con un total de 1250 plantas por hectárea, y con una producción de aproximadamente de 1 a 1.5 cajas por planta, y la empresa PRONATUR quien será posiblemente su comprador, paga a los agricultores en Paíta 6.3 dólares, sin embargo el precio mínimo con el que quieren entrar al mercado es de 10 soles la caja quedando una ganancia líquida de 1250 a 1875 soles.

3.2. Análisis del mercado de Estados Unidos y costos de exportación

Entrevista realizada a la licenciada en Negocios Internacionales Mila Iris Muñoz Sánchez – Miembro de la ONG CIDESOR PERÚ.

La entrevista al experto en exportaciones donde se buscó realizar el estudio del banano orgánico a Estados Unidos se determinó que el mercado de Estados Unidos es uno de los que más demanda banano orgánico debido al crecimiento de su población ya que las frutas frescas son parte de la preferencia de su población generando una evolución favorable año tras año y tiene aproximadamente el 18% de las importaciones totales, además que por ser un producto orgánico libre de sustancias tóxicas aumentan el interés de los consumidores por cuidar la salud.

El medio de transporte que se recomendó por cuestión económica para el banano desde Perú a Estados Unidos es el transporte marítimo, teniendo en cuenta que por el tipo de carga, la distribución física internacional para el banano es colocarlo en cajas de cartón corrugado, utilizar las cajas en pallets, emplear un contenedor refrigerado así como realizar una inspección para evitar manipuleos que desestabilicen la temperatura dentro del contenedor, también se recomienda emplear un seguro internacional y tramitar la documentación necesaria como facturas y certificaciones.

Se consideró como el mejor canal de distribución para reducir costos es el contacto directo entre exportador e importador.

Se analizó que el Perú tiene ventaja de contar con el Tratado de Libre comercio con Estados Unidos ya que el banano orgánico ingresa con arancel preferencial 0%, de esta manera disminuye los costos al exportador. Además la modalidad de pago más segura para la primera exportación es utilizando una carta crédito ya que el exportador asegura el pago con la presentación de la documentación de embarque. También se recomienda realizar negociaciones con el incoterm Exwork debido a que su responsabilidad se limitaría a entregar la mercancía en su almacén a la espera que el importador realice los procedimientos para sacar la mercancía del país e ingresarla a su país.

Para el ingreso del banano orgánico a Estados Unidos, la principal certificación requerida es la USDA organic.

Finalmente se determinó que el precio del banano orgánico en el puerto de Los Ángeles es de 22.00 a 23.50 dólares según el portal frutícola.

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo al objetivo de analizar la situación actual de la asociación con respecto a producción y exportaciones, se encontró que aún no tienen su primera producción de banano orgánico ya que se encuentran en etapa de su primera producción y su cosecha será a inicios del mes de enero del 2019, por otro lado la asociación no exporta el banano orgánico, sin embargo la empresa PRONATUR está interesado en comprar la producción de banano a la asociación para que posteriormente exporten a diversos mercados. Por otro lado su producción el primero año será en base a 3 hectáreas, teniendo en cuenta que son 1250 plantas por hectárea. En comparación con el artículo científico de (Capa Benítez, Alaña Castillo, & Benítez Narváez, 2016) denominado “Importancia de la producción de banano orgánico: caso provincia El Oro, Ecuador” demostró que el manejo del banano orgánico es muy importante debido a que los agricultores no manejan sustancias tóxicas, siendo esto beneficioso en su salud y por consecuencia también a los consumidores, además de reducir costos en plaguicidas de alto precio demostrando que es un cultivo rentable. Y en comparación con el trabajo de investigación de (Salazar Vásquez, 2014) nombrado “Plan de exportación de banano orgánico (Musa Puridisiaca) al mercado de Estados Unidos-LA 2013” que teniendo una situación similar en una asociación en Olmos, demostró que un plan de exportación de banano orgánico permite realizar las exportaciones a la Asociación de Pequeños Productores de Tongorrape de manera directa al mercado de Estados Unidos.

De acuerdo al objetivo de realizar un estudio de mercado del banano orgánico a Estados Unidos, se encontró resultados positivos ya que el mercado de Estados Unidos tiene tendencia al crecimiento en el consumo del banano orgánico debido a que los consumidores prefieren frutas frescas y orgánicas además del crecimiento de la población. También se determinó que los costos de producción del banano orgánico

son bajos debido a que no se invierte en sustancias tóxicas costosas además que beneficia la salud de los trabajadores que manipulan el cultivo y de los consumidores. En el estudio de (Capa Benítez, Alaña Castillo, & Benítez Narváez, 2016) llamado "Importancia de la producción de banano orgánico: caso provincia El Oro, Ecuador", se fundamenta que el banano orgánico es un producto muy beneficioso para la salud de los consumidores lo que es atractivo para mercados exigentes de frutos orgánicos como Estados Unidos. Además que el estudio de (Carrillo Dávila, 2016) nombrado "Potencialidad económica y comercial para la exportación de banano orgánico de la cooperativa CALEB de San José de Moro, Chepén al mercado Californiano, Estados Unidos, Trujillo - 2016", demostró que Estados Unidos es un mercado muy rentable para la exportación de banano orgánico.

Siguiendo el objetivo de determinar los costos de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos, se encontró que entre los factores que intervienen en el costo de exportación está la intervención de un bróker como intermediario entre exportador e importador, también se encuentra el beneficio arancelario el cual es favorable debido a que con el implemento del TLC, ya que el banano orgánico ingresa con arancel preferencial 0%. En los costos de exportación también se considera la distribución física internacional correspondiente al banano orgánico, por último se consideró los incoterms como parte de los costos de exportación

V. CONCLUSIONES

Se concluye que la asociación tiene aún una producción pequeña de banano orgánico con planes a expansión, además no cuenta con experiencia en el sector de las exportaciones.

Se concluye que Estados Unidos continuará siendo un mercado atractivo para los productores de banano orgánico, debido a que hay una tendencia de crecimiento en el consumo de frutos frescos y orgánicos, además del crecimiento poblacional y la capacidad adquisitiva.

Se concluye que los costos de exportación pueden disminuir, si se toma la decisión de no enviar el producto por vía aérea ya que eleva fuertemente los costos, y si se evita el contacto de un bróker como intermediario para las negociaciones.

Se concluye que el plan de exportación será muy favorable para la asociación ya que le permitirá la internacionalización, un beneficio económico para los productores y sus familias, además que será un modelo para otras asociaciones.

Se concluye que el plan de exportación de banano orgánico está bien diseñado y estructurado de acuerdo a lo validado por el experto.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la asociación ampliar su cultivo de banano orgánico para así cubrir la demanda que tiene el mercado, además debe capacitarse en el tema de exportación para realizar los procesos directamente.

Se le recomienda a la asociación certificar su producto con el sello orgánico “USDA Organic” ya que es un requisito importante en el mercado estadounidense.

Se recomienda a la asociación que para su primera exportación, se comuniquen de manera directa con un importador en Estados Unidos para que sus costos no se incrementen.

Se le recomienda a la asociación que tome como guía el plan de exportación de banano orgánico a Estados Unidos para que realice el proceso de manera estructurada y logre su internacionalización.

Se recomienda a la asociación incursionar en el sector de las exportaciones ya que el producto y el mercado seleccionado están en pleno crecimiento.

VII. PROPUESTA

Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope, al mercado de Estados Unidos

7.1. Resumen ejecutivo

La Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape, es una asociación conformada por los pobladores del caserío Annape ubicada en el distrito de Mórrope, fue creada en el año 2016 con la finalidad de participar en los concursos que el estado promueve para la financiación de proyectos.

La asociación se encuentra registrada en SUNARP y SUNAT, y además está realizando las gestiones para crear su marca propia llamada PROANNAPE, con la que planean incursionar en el sector de las exportaciones.

En la actualidad se encuentra en la etapa de cosecha del banano orgánico, sin embargo debido a la inexperiencia en el sector exportador está dirigiendo su primera cosecha a la venta local, para empresas que exportan volúmenes grandes.

La asociación tiene la misión de: producir y comercializar banano orgánico con altos estándares de calidad, que satisfagan la demanda internacional. Al mismo tiempo que contribuyen con el medio ambiente al promover productos orgánicos.

Su objetivo es incrementar la producción de banano orgánico a 30 hectáreas, incluyendo nuevos agricultores que deseen incursionar en este cultivo, de esta manera tener la capacidad de producción que el mercado internacional exige, para internacionalizarse.

La asociación tiene la visión de llegar a países de Norteamérica, Europa y Asia, y lograr ser reconocidos por la calidad del producto. Por lo que la asociación actualmente está siendo capacitada en el manejo del cultivo durante toda la cadena productiva, además están interesados en capacitarse en el tema de exportaciones de manera que ellos realicen sus exportaciones directamente.

Por tal motivo se plantea el plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos, ya que es un producto que tiene gran demanda en este mercado.

El plan plantea diferenciar a la asociación, a través del servicio que brinden de asesoría a los clientes y empresas interesadas, llevándolas a conocer todo el proceso de la cadena productiva y de cómo se realiza el manejo del cultivo.

El plan de exportación a Estados Unidos plantea la venta de S/. 170.163,80 soles en el primer año, monto que incrementará a S/. 352.851,65 soles para el quinto año.

De acuerdo a la evaluación del proyecto el VAN es de S/. 104.938,32 soles y el TIR es 48,61%.

7.2. Antecedentes de la empresa

7.2.1. Descripción de la empresa

La Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape, integrada por 28 agricultores del caserío de Annape, fue creada en el primero de diciembre del año 2016 con la finalidad de comercializar los productos que cultivan de manera formal. En un principio la mayoría de los agricultores se dedicaban a la producción de maíz (una práctica de hacía aproximadamente 20 años) para comercialización local, sin embargo gracias a la intervención de la Embajada Japonesa por medio de un proyecto de riego tecnificado con apoyo de la ONG CIDAR, los agricultores realizaron pasantías las cuales permitieron ampliar la visión hacia el banano orgánico como un cultivo rentable con el cual buscan expandir su mercado, la asociación tuvo la oportunidad de participar en concursos de proyectos financiados que el estado promueve para el desarrollo de la agricultura, con el que ganaron en el concurso 2017 PNIA el financiamiento del proyecto denominado “ADAPTACIÓN DE DOS VARIEDADES DE BANANO (CAVENDISH VALERY Y WILLIANMS) COMO OPCIÓN DE ALTA RENTABILIDAD EN LA LOCALIDAD DE ANNAPE ALTO – MORROPE”, con una inversión total de S/. 279 337 soles financiado por el Banco Mundial. Actualmente la asociación tiene 11 meses desarrollando el proyecto que tiene proyección de 18 meses, en el cual realizaran su primera cosecha y comercialización del banano orgánico al mercado internacional con la marca denominada PROANNAPE.

Tabla 3 Descripción de la Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de Annape

Datos Generales de la Asociación	
Razón social	Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape.
Ruc	20601723108
Dirección	Nro. Sn cas. Annape (a 10 minutos de Mórrope) Lambayeque -Lambayeque - Mórrope
Región	Lambayeque
Provincia	Lambayeque
Distrito	Mórrope
Representante legal	Juan Ventura Santamaría
Celular	955412122
Fecha de creación	01/12/2016
Actividad económica	9499 actividades de otras asociaciones, n.c.p

Fuente: SUNAT 2018

Elaboración: Propia

7.2.2. Idea del plan de negocio

La Asociación de Productores Agropecuarios Apícolas Acuícolas y Artesanos de Annape, desde el mes de Enero del 2018 ha incursionado en el cultivo de banano orgánico a través de un Plan impulsado por PNIA para el desarrollo de la agricultura en Annape, la asociación tiene la visión de incursionar directamente en la exportación de su producto con la finalidad de crecer e incursionar en nuevos sectores de la economía.

La implementación de este plan de exportación permitirá internacionalizar a la asociación, con ayuda de esta guía de podrá direccionar las actividades y procedimientos que la asociación realiza hacia lograr su objetivo.

La proyección es exportar 45 toneladas de banano orgánico en el primer año. Los costos para el inicio del proyecto ha sido financiado por el proyecto PNIA. Para la etapa de exportación será financiado por los propios agricultores.

7.2.3. Propuesta de plan de negocio

El producto con el que se trabajará en el plan de exportación es el banano orgánico, que es dirigido a grandes empresas comercializadoras de productos orgánicos en el mercado de Estados Unidos.

El banano orgánico es considerado un alimento digestivo, consumido por personas de todas las edades, incluido niños desde corta edad. Cuenta con un gran valor energético, vitaminas B y C, y minerales como el hierro, fósforo, potasio y calcio. Beneficios que generan demanda por los consumidores.

El mercado objetivo es Estados Unidos, por lo que se elaborarán estrategias para el ingreso del producto de acuerdo al estudio de mercado. Estados Unidos ha sido elegido, debido a la gran demanda de productos orgánicos que tiene.

La propuesta de negocio, generará los siguientes beneficios:

- La Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape, logrará la internacionalización.
- Las 28 familias que conforman la asociación, obtendrán mayores recursos económicos para tener calidad de vida.
- La propuesta contribuye al desarrollo económico de la región Lambayeque.
- La propuesta promueve el desarrollo de la agricultura orgánica.

7.3. Plan estratégico y plan organizacional

7.3.1. Análisis del sector

7.3.1.1. Descripción de sector

En el año 2017, aproximadamente 57 empresas peruanas exportan banano orgánico de tipo Cavendish bajo la partida arancelaria 0803901100.

7.3.1.2. Descripción de la competencia

Se indentificó las principales empresas exportadoras de banano orgánico en el Perú, mostrando sus porcentajes de participación urante el año 2017.

Tabla 4 Principales empresas peruanas exportadoras de banano orgánico

Empresa	% Variación 2017-2016	% Participación 2017
Cooperativa Agraria APPBOSA	8%	10%
Asociación de pequeños productores orgánicos de Querecotillo	-13%	8%
PRONATUR SAC	-2%	7%
Agronegocios Los Angeles	-9%	6%
Asociación de productores de banano orgánico Valle de Chira	-2%	6%
Cooperativa Agraria APBOSMAN	5%	5%
Asociación de bananeros orgánicos solidarios Salitral	-3%	5%
CAPEBOSAN - Jibito	-5%	4%
Grupo Hualtaco SAC	-3%	3%

Fuente: SIICEX (2018)

Elaboración: Propia

7.3.2. Análisis del entorno

7.3.2.1. Externo – Análisis PESTA

Político

Durante los últimos años la política peruana ha girado en torno al fortalecimiento de la presencia del país en la región y su inserción en la economía global. (Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, 2018)

Perú es socio fundador de la Alianza del Pacífico, y cuenta con diecisiete acuerdos comerciales firmados, que cubren más del 90% del comercio exterior. Además tiene seis acuerdos por entrar en vigencia y 5 en negociación. (Acuerdos Comerciales del Perú)

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), desarrolló un plan estratégico denominado Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2003-2013, que permitió el desarrollo del comercio exterior gracias al esfuerzo del Estado en conjunto con el sector privado, que incrementaron y diversificaron la oferta exportable peruana. Actualmene se busca actualizarlo al PENX 2025 con el objetivo de generar competitividad al sector empresarial, buscando su internacionalización. (MINCETUR)

Económico

Perú es considerada la quinta economía de mayor tamaño en Lationamérica. Para el 2017 el Perú tuvo un PIB de US\$ 214 248 millones de dólares.

Según el BCR en el 2017 el Perú registró un superávit comercial de US\$ 6 266 millones, considerado el más alto en los últimos 5 años.

El sector agrícola es uno de los más importantes para el país, en el 2016 registró US\$ 876 millones de dólares. (Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, 2018)

Sociales

El país actualmente cuenta con 32,16 millones de habitantes. La esperanza de vida para los varones es de 72 años y para las mujeres 77 años.

La tasa de fertilidad es de 2,4 infantes nacidos por mujer según el Banco Mundial en el 2016. (Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, 2018)

Las religiones que se practican son Católica con el 89%, Evangélica 7% y otras 4%.

Tecnológico

El Perú es uno de los países que más rezagado ha quedado con respecto al área tecnológica. Según el ranking de competitividad digital, realizado por el Institute for Management Development (IMD), localizó al país en el puesto número 60 de sesenta y tres países analizados.

El país sea quedado atrás ante la revolución digital, que contribuye a facilitar los procesos en la vida cotidiana de las personas.

Ambiental

En el año 2012 el Ministerio de Agricultura aprobó un reglamento de Gestión Ambiental en el Sector Agrario, que promueve y regula la gestión en el desarrollo de todas las actividades en el sector agrario, así como la conservación y aprovechamiento sostenible de los recursos como agua, suelo, flora y fauna. (MINAGRI, 2012)

7.3.2.2. Interno – autodiagnóstico empresarial

Gestión administrativa

La asociación realiza juntas mensualmente, en las cuales se planifica y se informa de las actividades que se han realizado, también se comunican los inconvenientes y las dudas de cada miembro.

Además, la asociación tiene un organigrama en el que se dividen las responsabilidades de los miembros.

La asociación aun no cuenta con experiencia en el sector exportador, sin embargo están muy interesados en incursionaren este sector, por lo que están dispuestos a aprovechar las capacitaciones que PROMPERÚ ofrece.

Gestión productiva y logística

La asociación está comenzando con 3 hectáreas de producción de banano orgánico, que producen aproximadamente 15 toneladas por hectárea. Además la asociación cuenta con un proyecto para expandir su producción a 30 hectáreas con la intervención de todos los miembros de la asociación.

En el ámbito de la logística internacional, la asociación desconoce el proceso de la distribución física internacional, sin embargo están dispuestos a capacitarse en ese tema.

Gestión de mercados internacionales

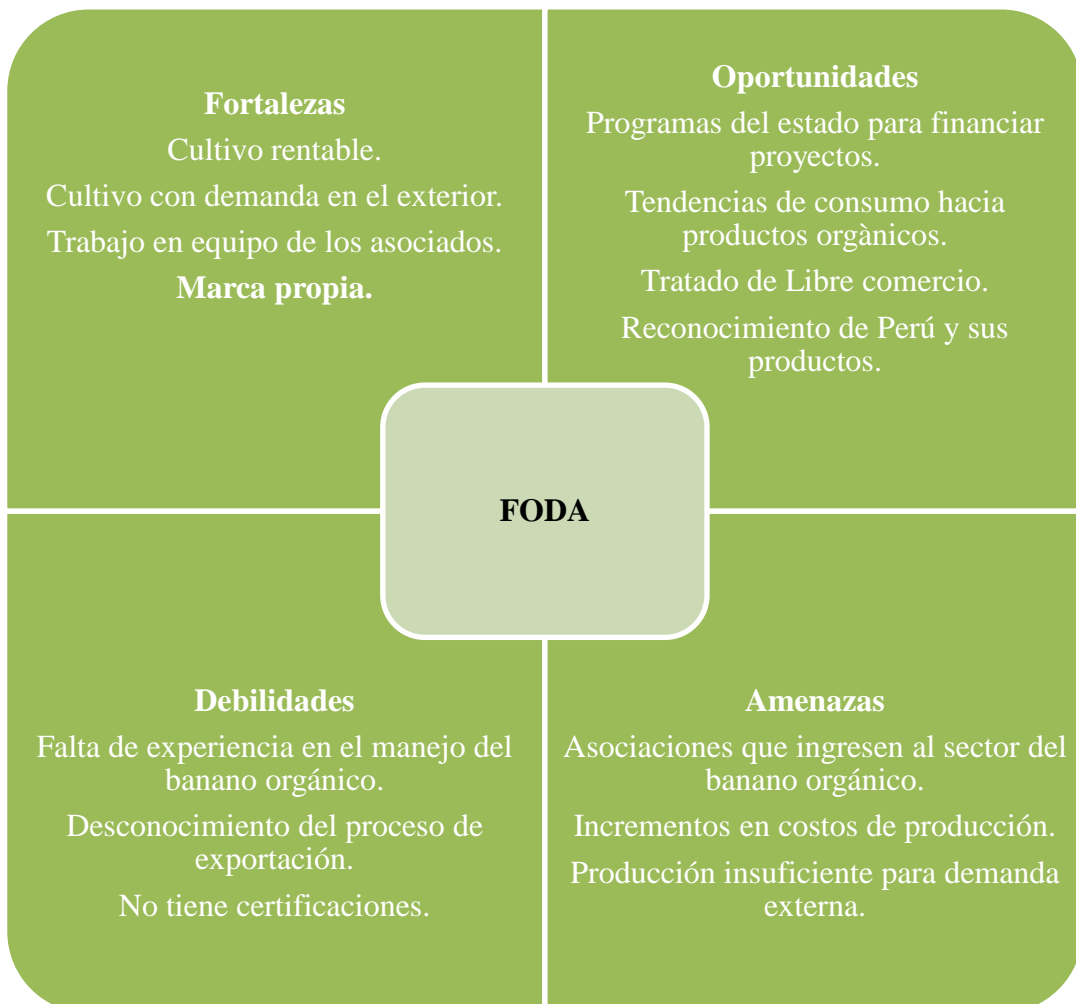
Los miembros de la asociación no tiene conocimiento acerca de los requisitos y restricciones para el ingreso del banano orgánico a mercado internacional. Por tal motivo este estudio de mercado contribuirá a guiarlos.

Gestión económica y financiera

Actualmente la asociación cuenta con la financiación de su cultivo por un año y medio por parte del Banco Mundial a través del MINAGRI, gracias al proyecto PNIA. La financiación incluye el proceso de siembra y cosecha, además de capacitaciones en el manejo del banano orgánico. Para el proceso de exportación la asociación buscará financiamiento de alguna entidad bancaria.

7.3.3. Matriz FODA

Figura 2 Matriz FODA de la Asociación



7.3.4. Plan estratégico

7.3.4.1. Visión y misión

La visión de la asociación es: Posicionar la asociación en el mercado internacional, llevando el banano orgánico peruano a todos los mercados del mundo.

La misión que tienen como asociación es: Producir y comercializar banano orgánico con altos estándares de calidad, que satisfagan la demanda internacional.

7.3.5. Objetivos específicos – estrategias e indicadores

Participación en ferias internacionales.

Contactar compradores en el mercado de Estados Unidos.

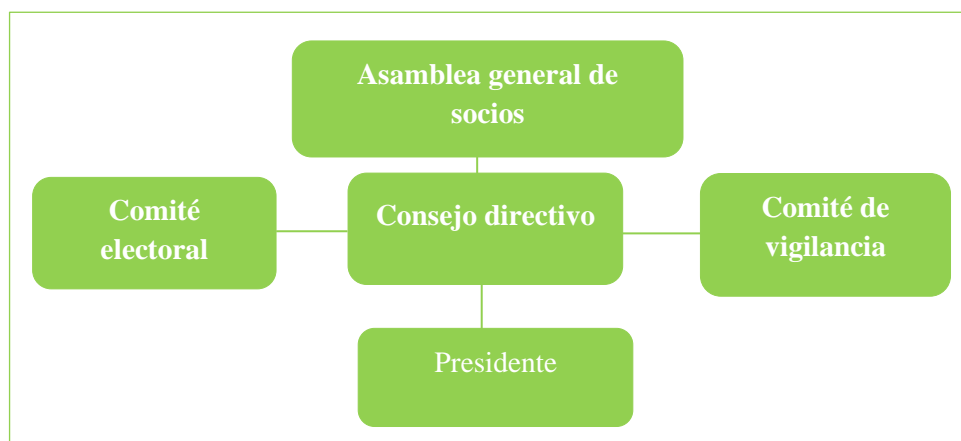
Exportar 30 toneladas de banano orgánico en el primer año del proyecto.

Obtener un plan de exportación rentable para la asociación.

7.3.6. Plan organizacional

7.3.6.1. Organigrama

Figura 3 Organigrama de la Asociación



Elaboración: Propia

7.3.7. Plan de recursos humanos

Reclutamiento

Actualmente la asociación está abierta a recibir nuevos miembros que deseen incursionar en el rubro de exportaciones de banano orgánico, con el fin de incrementar su producción.

Selección

Para la aceptación de nuevos miembros en la asociación, el requisito principal es el compromiso y el trabajo en equipo, ya que la asociación promueve que todos trabajen en una sola dirección.

Capacitación

La capacitación en nuevos procedimientos a cada miembro se realiza por parte del presidente y de los mismos miembros quienes ya tienen conocimiento de tema.

7.4. Estudio de mercado internacional y plan de marketing

7.4.1. Mercado internacional

Tendencias de consumo de producto

Estados Unidos ha incrementado sus importaciones de bananos frescos y secos a una tasa promedio de 5,2% anual. Perú se ha posicionado como proveedor de este producto a Estados Unidos, incluso llegando a desplazar a Colombia, ya que el 20% de la producción peruana es dirigida a Estados Unidos.

La población estadounidense actualmente ha incrementado su preocupación por el cuidado de su salud y medio ambiente, por lo que los productos orgánicos están

teniendo una demanda creciente debido a que evitan el uso descontrolado de plaguicidas y pesticidas.

El mercado de Estados Unidos es uno de los principales consumidores de frutas en el mundo, donde una persona consume alrededor de 270 lb al año.

Las frutas ocupan el tercer lugar en la lista de productos más consumidos en Estados Unidos, y son generalmente consumidas en jugos o estado fresco, siendo las bananas de las frutas más demandadas por este mercado. (PROMPERU, 2015)

7.4.2. Descripción del producto

Figura 4 Descripción del producto

Nombre comercial	Organic Banana
Nombre científico	Musa acuminata (group AAA) / Musa paradisiaca, Musa cavendishii
Calibre	Mínimo: 8" / Máximo: 11"
Descripción del producto	La categoría "Extra" es considerada de mayor calidad. Los bananos no deben presentar defectos. La planta alcanza un promedio de 2,10 metros de altura y tiene 170 dedos con un peso de 180 gramos por dedo.
Valor nutricional	Proteínas, Vitaminas A, B, C.

Fuente: MINAGRI (2011)

Elaboración: Propia

Clasificación arancelaria

La partida arancelaria que se emplea es 0803901100 – Bananas o plátanos frescos, de tipo cavendish valery.

7.4.3. Análisis del producto y cartera de productos

7.4.3.1. Ciclo de vida del producto

El banano orgánico tiene algunos años en el mercado internacional, y ha tenido gran demanda por lo que se le considera que está en la etapa de crecimiento .

7.4.3.2. Matriz de crecimiento y participación

El banano orgánico es un producto con potencial de ingreso a los mercados internacionales. Por tal motivo, ha tenido un crecimiento rápido y ha logrado posicionarse como un producto favorito entre los consumidores de Estados Unidos.

7.4.4. Selección de mercado objetivo

Para seleccionar el mercado para el plan de exportación de banano orgánico se tomó los siguientes criterios:

- Compradores, capacidad de compra e importadores.
- Acceso al mercado y ventajas comerciales.
- Canales dedistribución y logística exportadora.
- Intensidad de la competencia.
- Riesgos.

7.4.5. Análisis de la oferta

7.4.5.1. Mercado objetivo

El mercado seleccionado para el plan de exportación de banano orgánico es Estados Unidos, por los siguientes motivos:

- Tiene una gran población y con poder adquisitivo.

- Es uno de los principales importadores de banano orgánico en el mundo.
- La tendencia de las importaciones de banano orgánico se muestra positiva.
- Estados Unidos tiene información de su mercado de fácil acceso.
- Preferencias arancelarias que otorga el TLC.
- PROMPERU tiene programas de promoción de productos peruanos en el mercado de Estados Unidos.
- Existe los medios logísticos para llegar sin dificultades

7.4.6. Ficha país

Tabla 5 Ficha país Estados Unidos

Nombre de país	Estados Unidos de América.
Área	9 833 517 km ² .
Capital	Washington D.C.
Ciudades importantes	New York, Los Ángeles, Chicago, Houston.
Población	328 572 786 habitantes.
Idioma oficial	Inglés, hawaiano y 20 idiomas indígenas.
Ubicación geográfica	América del Norte.
Organización territorial	50 estados y un distrito federal.
Moneda	Dólar.
PBI	\$ 19 485 400 millones dólares
PBI per cápita	\$ 59,774 dólares
Tasa de crecimiento anual	1,5%
Facilidad para hacer negocios	Puesto 6 de 190 países.
Tasa de desempleo	4,4%

Fuente: ICEX (2018)

Elaboración: Propia

7.4.7. Exigencias del producto

7.4.7.1. Barreras arancelarias

Perú cuenta con un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el banano orgánico ingresa a su mercado con arancel 0.

7.4.7.2. Barreras parancelarias

No existen barreras parancelarias, sin embargo es necesario cumplir los siguientes requisitos de ingreso:

Regulaciones

- Agencia de Protección ambiental – Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Rodenticidas (FIFRA)
- Food and Drug Administration (FDA) – Ley Federal de alimentos, Medicamentos y Cosméticos ACT.
- Departamento de Agricultura de los Estados (USDA) – Ley Agrícola de 2014
- Food Safety and Inspection Service (FSIS) del USDA – COOL.

Estándares y certificaciones

USDA Orgánic – Certificación orgánica para productos agrícolas, pecuarios y de recolección silvestre.

7.4.8. Canales de distribución

Figura 5 Canal de distribución



Elaboración: Propia

7.4.9. Medio de transporte

El medio de transporte adecuado para el producto y las cantidades a exportar es el marítimo.

7.4.10. Importaciones del país objetivo desde el Perú

Tabla 6 Importaciones de Estados Unidos desde Perú

País	% Variación 17-16	% Participación 17	FOB-17 (miles US\$)
Perú	-3%	30%	44 441.36

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia.

7.4.11. Análisis de la demanda

7.4.11.1. Tendencia general del consumo

Segmentación geográfica

Se tomarán en cuenta empresas dedicadas a la comercialización de productos orgánicos, tales como supermercados y tiendas especializadas en Los Ángeles, New York y Chicago.

Tabla 7 Potenciales clientes del producto

Whole Foods Market	Trader Joe's	Sprouts
<p>Rubro:</p> <p>Se dedica a la venta de alimentos orgánicos y saludables.</p> <p>Tiendas:</p> <p>Cuenta con 494 tiendas en América del Norte y el Reino Unido.</p> <p>Contacto:</p> <p>250 7th Ave New York, NY 10001 1-844-936-8255</p>	<p>Rubro:</p> <p>Considerada una tienda económica donde se encuentra frutas y verduras orgánicas, entre otros productos saludables</p> <p>Tiendas:</p> <p>Cuenta con 474 tiendas en 43 estados.</p> <p>Contacto:</p> <p>72° y Broadway de TJ (542) 2073 Broadway New York, NY 10023 US 212-799-0028</p>	<p>Rubro:</p> <p>Es un supermercado que comercializa alimentos orgánicos.</p> <p>Tiendas:</p> <p>Cuenta con 280 tiendas distribuidas en 15 estados.</p> <p>Contacto:</p> <p>5455 E. High Steet, suite 111 Phoenix, AZ 85054 Line: 480-814-8016</p>

Fuente: Matallana (2016), Sprouts Farmers Market (2018), Trader Joe's (2018), Whole Foods Market(2018)

Elaboración: Propia.

7.4.12. Análisis del comportamiento del consumidor

Se toma en cuenta:

- Las 3 empresas comercializan frutas y verduras orgánicas, y promueven el consumo de productos saludables.
- Las 3 empresas facturan grandes cantidades anualmente.
- Las 3 empresas son grandes, y cuentan con muchas sedes alrededor de todo Estados Unidos.

7.4.13. Plan de marketing

7.4.13.1. Producto

Banano orgánico de calibre 8" a 11" de la marca Proannape. De buen aspecto sin manchas, libre de químicos. Envasado y embalado libre de patógenos.

7.4.13.2. Precio

El precio del banano orgánico es de U\$ 1,11 FOB (Paíta).

7.4.13.3. Plaza

La distribución del producto en Estados Unidos se realizará a través de supermercados y tiendas especializadas en productos orgánicos, quienes harán llegar el producto al consumidor final.

Debido a la naturaleza de mercancía, carga fresca, se empleará contenedores refrigerados y el transporte será marítimo.


7.4.13.4. Promoción

La promoción para el producto se desarrollará una página web que muestre la imagen de la asociación y del producto.

7.5. Plan de operación

7.5.1. Ficha insumo producto.

Tabla 8 Ficha del producto

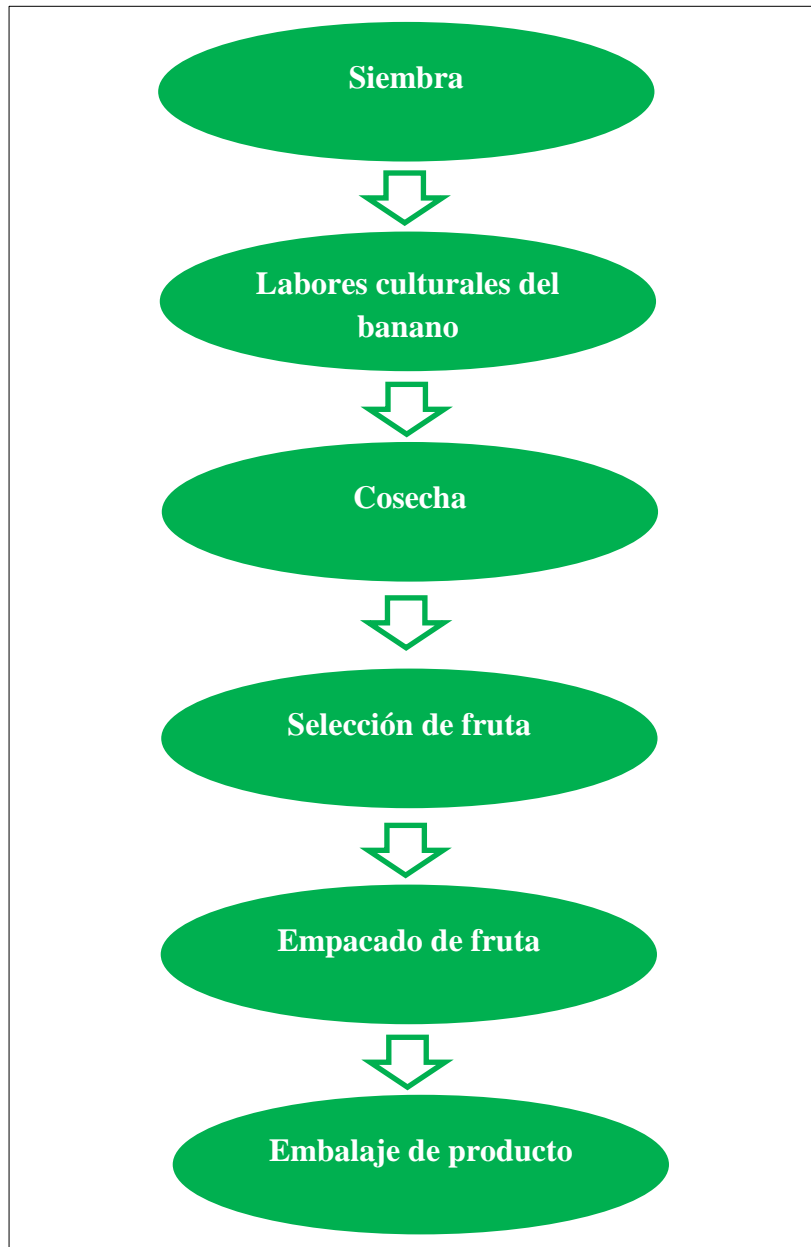
Banano orgánico	
	Nombre científico: Musa acuminata (group AAA) / Musa paradisiaca, Musa cavendishii
Partida arancelaria	
Perú	0803901100
EE.UU	0803900025
INFORMACIÓN BÁSICA	
Ventana comercial:	Descripción:
Todo el año. Se concentra desde julio a noviembre.	Fruta de origen tropical. De color amarillo verdoso. De sabor y aroma característico
Formas de presentación:	
Los bananos están colocados en cajas de cartón corrugado, además cada fruta cuenta con su respectivo sticker de la marca.	
Características físico – químicas	
Proteínas (g) 1,1 Lípidos (g) 0,2 Carbohidratos (g) 22,2	Vitaminas A, B1, B2, B6, Ácido nicotínico, Ácido pantoténico, C. Ácido málico y cítrico.
Comentarios	
El banano forma parte esencial de la alimentación diaria en los países tropicales. Es considerado un alimento digestivo, debido a que contribuye a regular las funciones intestinales.. Su valor energético es de 1.1-2.7 kcal/100g.	

Elaboración: Propia

7.5.2. Cadena de producción

7.5.2.1. Flujo del proceso productivo

Figura 6 Proceso productivo del banano orgánico



Elaboración: Propia

7.5.3. Costos de producción

Tabla 9 Costos de producción del banano orgánico

Concepto	Unidad	Cantidad	Precio (S/.)	Precio Total (S/.)	Costo sobre el producto
					Producto (S/.)
Banano orgánico (1250 plantas)	kg	15000			
Materiales directos				S/14.598,75	S/0,97
Semillas	unidad	1250	S/0,50	S/625,00	S/0,04
Abono	saco de 50 kg	30	S/23,00	S/690,00	S/0,05
Fertilizante foliar	saco de 50 kg	7	S/32,00	S/224,00	S/0,01
Agua para riego	riego	24	S/11,00	S/264,00	S/0,02
Stickers para frutas	unidad	500000	S/0,01	S/5.000,00	S/0,33
Cajas de cartón corrugado	unidad	1800	S/0,29	S/522,00	S/0,03
Bolsas de protección	unidad	1250	S/0,009	S/11,25	S/0,001
Cintas de edad	unidad	6250	S/0,01	S/62,50	S/0,004
Mano de obra directa (peón)	días al año	240	S/30,00	S/7.200,00	S/0,48
Costos Indirectos de producción				S/7.968,00	S/0,53
Luz	mensual	12	S/50,00	S/600,00	S/0,04
Agua	mensual	12	S/14,00	S/168,00	S/0,01
Mano de obra indirecta	días al año	240	S/30,00	S/7.200,00	S/0,48
Suministros diversos				S/1.800,00	S/0,12
Teléfono	plan mensual	12	S/50,00	S/600,00	S/0,04
Otros gastos	mensual	12	S/100,00	S/1.200,00	S/0,08
TOTAL				S/24.366,75	S/1,62

Elaboración: Propia.

7.5.4. Estándares de calidad del producto

La asociación busca diferenciarse por el servicio que ofrezca a sus clientes como brindar asesoría a clientes nuevos en cuanto a toda la cadena productiva que desarrollan para el banano orgánico.

La asociación busca ofrecer un producto que cumpla los más altos estándares de calidad, además de adaptar el producto a los requerimientos y necesidades de cada cliente, tanto en volumen, plazos y certificaciones.

7.6. Gestión exportadora

7.6.1. Análisis de costos y precios de exportación

7.6.1.1. Costos y gastos de exportación

El precio de exportación se determinó de la siguiente manera:

Tabla 10 Resumen de costos y gastos

Concepto	Costo	
Banano orgánico (3750 plantas)		
Materiales directos		
Semillas	S/	1.875,00
Abono	S/	1.980,00
Fertilizante foliar	S/	600,00
Agua para riego	S/	792,00
Bolsas de protección	S/	33,75
Cintas de edad	S/	187,50
Mano de obra directa (peón)	S/	43.200,00
Suministros		
Luz	S/	360,00
Agua	S/	168,00
Mano de obra indirecta	S/	28.800,00
Teléfono	S/	360,00
Otros gastos	S/	960,00
Gastos operativos		
Gastos logísticos internos	S/	4.000,00
Gastos administrativos	S/	12.000,00
Costos indirectos de fabricación		
Embalaje	S/	540,00
Stickers para frutas	S/	15.000,00
Pallet	S/	125,00
Zunchos	S/	240,00
Esquineros	S/	3,60
Cetificado de origen	S/	42,48
Certificado orgánico (USDA)	S/	4.050,00
TOTAL	S/	115.281,33
Utilidad	S/	23.056,27
EXW	S/	138.337,60
Transporte al puerto	S/	1.350,00
Almacen	S/	240,00
Gastos operativos	S/	1.200,00
Precinto de seguridad	S/	150,00
Agente de aduanas	S/	4.000,00
Otros gastos en puerto de origen	S/	1.950,00
Carga y estiba	S/	2.400,00
FOB	S/	149.627,60

7.6.1.2. Selección del precio de exportación

Para determinar el precio de venta del banano orgánico, se tomó en cuenta un 20% de utilidad, dando como resultado US\$ 0,98 por kilo FOB (Paita).

7.6.2. Modalidades de pago

7.6.2.1. Forma de pago

La forma de pago a utilizar será la carta crédito, debido a que brinda seguridad en la negociación a ambas partes. De esta manera se reducirán riesgos.

7.6.2.2. Entrega de mercancía

Debido a que las negociaciones se harán en incoterm FOB, la mercancía será entregada encima del buque.

7.6.2.3. Riesgos

Los riesgos serán disminuidos, debido a que se harán las negociaciones en FOB y el pago será por carta crédito.

7.6.3. Distribución física internacional

7.6.3.1. Característica de carga

Los bananos orgánicos estarán colocados en cajas de cartón corrugado, las cuales tendrán un peso neto de 24 kg.

Se emplearán pallets para apilar la carga, de manera que cada pallet tendrá 400 cajas, y por contenedor 2 pallets.

7.6.3.2. Medio de transporte

El medio de transporte internacional es el marítimo.

7.6.3.3. Puertos

Origen: Terminal portuario de Paita.

Destino: Terminal portuario de Los Ángeles.

7.7. Plan financiero

7.7.1. Flujo de caja económico

Tabla 11 Flujo de caja económico

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
Concepto	0	1	2	3	4	5	VALOR DE RESCATE
INGRESOS		S/ 149.627,60	S/ 179.553,12	S/ 215.463,74	S/ 258.556,49	S/ 310.267,78	
VENTAS	S/ -	S/ 149.627,60	S/ 179.553,12	S/ 215.463,74	S/ 258.556,49	S/ 310.267,78	
EGRESOS	S/ 77.000,00	S/ 133.372,93	S/ 148.140,91	S/ 165.119,33	S/ 184.698,32	S/ 207.342,00	
Inv. Inicial							
Terrenos	S/ 27.000,00						S/ 27.000,00
C.cambio de trab	S/ 50.000,00						S/ 50.000,00
CFPX							
Materiales directos		S/ 5.468,25	S/ 5.741,66	S/ 6.028,75	S/ 6.330,18	S/ 6.646,69	
M.O.D.		S/ 43.200,00	S/ 45.360,00	S/ 47.628,00	S/ 50.009,40	S/ 52.509,87	
CIF		S/ 19.965,08	S/ 20.963,33	S/ 22.011,50	S/ 23.112,08	S/ 24.267,68	
Suministros		S/ 30.648,00	S/ 33.712,80	S/ 37.084,08	S/ 40.792,49	S/ 44.871,74	
Gastos operativos		S/ 16.000,00	S/ 16.800,00	S/ 17.640,00	S/ 18.522,00	S/ 19.448,10	
Gastos de exportación		S/ 11.290,00	S/ 12.419,00	S/ 13.660,90	S/ 15.026,99	S/ 16.529,69	
Renta		S/ 6.801,60	S/ 13.144,11	S/ 21.066,10	S/ 30.905,19	S/ 43.068,23	
FCE	-S/ 77.000,00	S/ 16.254,67	S/ 31.412,20	S/ 50.344,41	S/ 73.858,16	S/ 102.925,78	S/ 77.000,00

En la tabla 11, se observa el flujo de caja económico proyectado a 5 años. Se tomó como porcentaje de utilidad 20%, y un incremento de las ventas al 20% anual. Dando como resultado S/. 16.254,67 de flujo de caja en el primer año.

7.7.2. TIR y VAN

Tabla 12 TIR Y VAN

COSTO DE CAPITAL	15%
TIRE	48,61%
VANE	S/. 104.938,32

En la tabla 12, de acuerdo a lo realizado en la tabla 11 del flujo de caja económico, se obtuvo como TIR 53,36% y VAN S/. 122.033,06 soles.

7.7.3. Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 13 Estado de ganancias y pérdidas

	Estado de ganancias y perdida				
	1	2	3	4	5
Ventas	S/.149.627,60	S/.179.553,12	S/.215.463,74	S/.258.556,49	S/.310.267,78
(Costo de Ventas)	S/.68.633,33	S/. 72.065,00	S/.75.668,25	S/. 79.451,66	S/. 83.424,24
Utilidad Bruta	S/.80.994,27	S/.107.488,12	S/.139.795,49	S/.179.104,83	S/.226.843,54
(Gastos Administ.)	S/. 46.648,00	S/. 50.512,80	S/.54.724,08	S/. 59.314,49	S/. 64.319,84
(Gastos de ventas)	S/. 11.290,00	S/. 12.419,00	S/. 13.660,90	S/. 15.026,99	S/. 16.529,69
Utilidad Operativa	S/. 23.056,27	S/. 44.556,32	S/. 71.410,51	S/.104.763,35	S/.145.994,02
(Impuestos) (29,5%)	S/. 6.801,60	S/. 13.144,11	S/.21.066,10	S/. 30.905,19	S/. 43.068,23
Utilidad Neta	S/. 16.254,67	S/. 31.412,20	S/.50.344,41	S/. 73.858,16	S/.102.925,78

En la tabla 13, se muestra el estado de ganancias y pérdidas de la asociación durante los 5 años de realización del proyecto. Dando como resultado el primer año S/. 16.254,67 soles de utilidad neta.

7.7.4. Flujo de caja financiero

Tabla 14 Flujo de caja financiero

	0	1	2	3	4	5
Prestamo	S/. 50.000,00					
Amortizacio n		S/. 8.189,87	S/. 9.008,86	S/. 9.909,75	S/. 10.900,72	S/. 11.990,79
Interes		S/. 5.000,00	S/. 4.181,01	S/. 3.280,13	S/. 2.289,15	S/. 1.199,08
E.F		S/. 1.400,00	S/. 1.170,68	S/. 918,44	S/. 640,96	S/. 335,74
Flujo de caja fin.	S/. 50.000,00	-S/. 14.589,87	-S/. 14.360,5 6	-S/. 14.108,3 1	-S/. 13.830,84	-S/. 13.525,62

Flujo de caja total	-S/. 127.000,0 0	S/. 30.844,54	S/. 45.772,7 6	S/. 64.452,7 2	S/. 87.689,00	S/. 116.451,4 0
--------------------------------	------------------------	------------------	----------------------	----------------------	------------------	-----------------------

En la tabla 14, se muestra el flujo de caja financiero, para un préstamo de S/. 50.000 soles con una tasa de interés de 10% anual, en un período de 5 años.

7.7.5. TIR y VAN financiero

Tabla 15 TIR y VAN financieros

COSTO DE CAPITAL	15%
TIRF	38,83%
VANF	S/. 102.724,74

En la tabla 15, se muestra el TIR y VAN financieros del proyecto, desarrollado según la tabla 14. Los resultados obtenidos son TIR 38,83% y VAN S/. 102.724,74.

7.7.6. Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 16 Estado de ganancias y pérdidas financiero

	Estado de ganancias y perdida				
	1	2	3	4	5
Ventas	S/ 149.627,60	S/ 179.553,12	S/ 215.463,74	S/ 258.556,49	S/ 310.267,78
(Costo de Ventas)	S/ 68.633,33	S/ 72.065,00	S/ 75.668,25	S/ 79.451,66	S/ 83.424,24
Utilidad Bruta	S/ 80.994,27	S/ 107.488,12	S/139.795,49	S/ 179.104,83	S/ 226.843,54
(Gastos Administ.)	S/ 46.648,00	S/ 50.512,80	S/ 54.724,08	S/ 59.314,49	S/ 64.319,84
(Gastos de ventas)	S/ 11.290,00	S/ 12.419,00	S/ 13.660,90	S/ 15.026,99	S/ 16.529,69
Utilidad de la Operación	S/ 23.056,27	S/ 44.556,32	S/ 71.410,51	S/ 104.763,35	S/ 145.994,02
Gasto Financiero	S/ 5.000,00	S/ 4.181,01	S/ 3.280,13	S/ 2.289,15	S/ 1.199,08
Utilidad antes de Impuestos	S/ 18.056,27	S/ 40.375,31	S/68.130,39	S/ 102.474,20	S/ 144.794,94
(Impuestos)(29,5%)	S/ 5.326,60	S/ 11.910,72	S/20.098,46	S/ 30.229,89	S/ 42.714,51
Utilidad Neta	S/ 12.729,67	S/ 28.464,59	S/ 48.031,92	S/ 72.244,31	S/ 102.080,43

En la tabla 16, se muestra el estado de ganancias y pérdidas de acuerdo al flujo de caja financiero, teniendo como resultado en el primer año S/. 12.727,67 soles.

7.7.7. Análisis de sensibilidad

Tabla 17 Escenarios: conservador, moderado y optimista

	Conservador	Moderado	Optimista
TIR	28,70%	39,10%	48,61%
VAN	S/ 35.513,05	S/ 68.717,58	S/ 104.938,32

En la tabla 17, se muestra el análisis de sensibilidad en 3 escenarios diferentes. Para el escenario conservador se tomó como porcentaje de crecimiento de ventas

10%, en el escenario moderado el porcentaje varió a 15% y finalmente en e escenario optimista el porcentaje varió a 20%.

7.8. Esquema de trabajo para desarrollo del plan de exportación

Tabla 18 Esquema de trabajo de plan de exportación

Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y Pequeños Artesanos de Annape – Mórrope, al mercado de Estados Unidos	
Objetivo: Desarrollar el plan de exportación de banano orgánico al mercado de Estados Unidos para la Asociación de Productores Agropecuarios, Apícolas, Acuícolas y Artesanos de annape – Mórrope, Lambayeque.	
Plan	Procesos del plan
Conocer la realidad de la empresa	Estudiar la situación actual de la asociación. Investigar la situación legal de la asociación.
Establecer el plan de negocio	Establecer la idea de negocio. Crear la propuesta del plan de negocio.
Definir el plan estratégico y plan organizacional	Analizar el sector en el que se encuentra la asociación. Analizar el entorno externo e interno de la asociación. Establecer el plan estratégico para la asociación. Definir las estrategias a emplear. Analizar el plan organizacional de la asociación.
Estudio de mercado y plan de marketing	Analizar la situación del mercado internacional. Analizar las características del producto. Establecer el mercado objetivo. Analizar las exigencias y requisitos para el producto en el mercado objetivo. Establecer el canal de distribución. Crear al plan de marketing para el producto.
Plan de exportación	Calcular costos de exportación. Calcular costo unitario. Establecer precio de venta. Establecer la forma de pago.
Plan financiero	Realizar el flujo de caja. Realizar el estado de ganancias y pérdidas. Realizar el análisis de sensibilidad de la propuesta.

VIII. REFERENCIAS

- Acuerdos Comerciales del Perú.* (s.f.). Obtenido de <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- Andina . (5 de Abril de 2018). *Piura consolida su exportación de banano orgánico a Europa y Asia.* Recuperado el 21 de Noviembre de 2018, de <https://andina.pe/agencia/noticia-piura-consolida-su-exportacion-banano-organico-a-europa-y-asia-705535.aspx>
- Andina. (28 de Septiembre de 2018). *Productores de banano orgánico de Piura exportan con marca colectiva.* Recuperado el 21 de Noviembre de 2018, de <https://andina.pe/agencia/noticia-productores-banano-organico-piura-exportaran-marca-colectiva-726783.aspx>
- Canales Quinto, E. L. (2015). *Plan de Exportación de puré de banano para a Asociación de pequeños productores bananeros de el Guabo.* Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Capa Benítez, L. B., Alaña Castillo, T. P., & Benítez Narváez, R. M. (2016). Importancia de la producción de banano orgánico: caso provincia El Oro, Ecuador. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 64-71.
- Carrillo Dávila, M. (2016). *Potencialidad económica y comercial para la exportación de banano orgánico de la cooperativa CALEB de San José de Moro, Chepén al mercado Californiano, Estados Unidos, Trujillo - 2016.* Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- CEUPE. (2018). *Centro Europeo de Postgrado.* Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/formas-de-entrada-en-los-mercados-internacionales.html>
- Dirección General de Comunicación e Información Diplomática. (2018). *Ficha País Perú.* España: Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.
- Escuela de Estrategia Empresarial - EEE.* (Septiembre de 2014). Obtenido de <https://www.escueladeestrategia.com/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas/>
- FAO. (2016). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.* Recuperado el Noviembre de 2018, de <http://www.fao.org/world-banana-forum/projects/good-practices/organic-production-peru/es/>
- Fierro Ulloa, I. J., & Villacres Rojas, C. E. (2014). Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América. *Saber, Ciencia y Libertad*, 8(2), 77-89.

- Gestión. (26 de Enero de 2017). *Primer embarque de banano orgánico del Perú llegó a Portugal*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2018, de <https://gestion.pe/economia/primer-embarque-banano-organico-peru-llego-portugal-127430>
- Helguero, L. F. (2017). *El banano orgánico peruano se consolida en el mercado Japonés*. Embajada del Perú en Japón.
- ICEX. (2018). *Ficha País Estados Unidos*. España: España Exportación e Inversiones.
- Iriarte, A., Almeida, M. G., & Villalobos, P. (2013). Carbon footprint of premium quality export bananas: Case study in Ecuador, the world's largest exporter. *Science of the Total Environment*, 1082-1088.
- Logística y sus Normas*. (s.f.). Recuperado el 25 de Noviembre de 2018, de <https://normaslogisticas.wordpress.com/incoterms-2010/>
- Lozada Gomez, E., & Hipolito Perez, J. (2017). *Plan de negocios para implementar mejoras tecnológicas en una cooperativa de banano orgánico*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Matallana, M. (2016). *Nutrición & Dietética*. Obtenido de <https://sanamanzanablog.wordpress.com/2016/07/16/supermercados-saludables-en-estados-unidos/>
- MINAGRI. (2011). *Banano*. Lima.
- MINAGRI. (Noviembre de 2012). *Sistema Nacional de Información Ambiental*. Obtenido de <http://sinia.minam.gob.pe/normas/aprueban-reglamento-gestion-ambiental-sector-agrario>
- MINCETUR. (s.f.). *Plan Estratégico Nacional Exportador*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/plan-estrategico-nacional-exportador/>
- PROMPERU. (2015). *Perfil Producto Mercado: Banano Orgánico en Estados Unidos*. Lima: Servicios al Exportador.
- Promperú. (2017). *Planex - Plan de negocio exportador*. Lima: Servicios al exportador.
- Proyecto Especial Olmos Tinajones. (15 de Agosto de 2016). *Gobierno Regional de Lambayeque*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2018, de <https://www.regionlambayeque.gob.pe/web/noticia/detalle/20683?pass=MTA1Nw==>
- Salazar Vásquez, S. (2014). *Plan de exportación de banano orgánico (musa puridisiaca) al mercado de Estados Unidos-LA 2013*. Pimentel: Universidad Señor de Sipan.

SIICEX. (2018). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior* . Obtenido de
de
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%20803901100%20&pnomproducto=%20TIPO%20%ABCAVENDISH%20VALERY%BB

Sprouts Farmers Market. (2018). Obtenido de <https://www.sprouts.com/contact/>

Trade Map. (2018). Recuperado el 2018, de
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|604|||080390||6|1|1|2|1||2|1|1

Trader Joe's . (2018). Obtenido de <https://locations.traderjoes.com/ny/new-york/>

Vargas Acuache, C. (2014). *Incoterms 2010: correcta aplicación en el marco de una gestión inteligente*. Lima: Defensoría del contribuyente y usuario aduanero.

Vigil Gálvez , J. (2017). *Cadena productiva del banano orgánico proveniente de la región Tumbes para la exportación a Estados Unidos por la Empresa ANPRO SAC, 2016*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.

Whole Foods Market. (2018). Obtenido de
<https://www.wholefoodsmarket.com/stores/chelsea>

Anexos

Anexo N° 1 Diamante de Porter



Anexo N° 2 Validación de instrumento



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

A. TITULO DEL PROYECTO: PLAN DE EXPORTACION DE BANANO ORGANICO PARA LA ASOCIACION DE AGRICULTORES, APICULTORES, ACUICULTORES Y PEQUEÑOS ARTESANOS DE ANNAPE – MORROPE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

- B. AUTOR:** Br. BEQUER LAFAYETTE SILVA MELENDEZ
C. INSTRUMENTO: ENTREVISTA PARA PRESIDENTE DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS, APÍCOLAS, ACUÍCOLAS Y ARTESANOS DE ANNAPE
D. DATOS DEL EXPERTO:
NOMBRES Y APELLIDOS: ALOIS SILVA UGAZ
PROFESIÓN: INGENIERO QUIMICO
GRADOS ACADÉMICOS: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
CENTRO DE LABORES: INDEPENDIENTE
E. OPINION DE APLICABILIDAD:

Que, al haber observado los instrumentos considerados en la propuesta y guías de observación, además de hacer las recomendaciones pertinentes, se da por validados dichos instrumentos para ser aplicados en el proyecto de tesis titulado: PLAN DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS, APÍCOLAS, ACUÍCOLAS Y ARTESANOS DE ANNAPE – MÓRROPE, LAMBAYEQUE
Por lo anterior se llegó a la siguiente conclusión final:

	deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Congruencia de estructura				X
Amplitud del contenido				X
Coherencia con los objetivos				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Chiclayo, 03 de diciembre del 2018

Ing. Mg. ALOIS SILVA UGAZ
Colegiatura N° 28560
DNI N° 16642207

**ENTREVISTA PARA ANALIZAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ASOCIACIÓN COM
RESPECTO A PRODUCCIÓN Y EXPORTACIONES**

JUICIO DE EXPERTO

1. Título del Proyecto: PLAN DE EXPORTACION DE BANANO ORGANICO PARA LA ASOCIACION DE AGRICULTORES, APICULTORES, ACUICULTORES Y PEQUEÑOS ARTESANOS DE ANNAPE – MORROPE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

2.

Variable 1: PLAN DE EXPORTACIÓN

Variable 2: INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACION

- 2. Experto : Mg. ALOIS SILVA UGAZ**
- 3. Centro de Trabajo : INDEPENDIENTE**
- 4. Grado académico : MAESTRO EM ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**
- 5. Autor : Br. BEQUER LAFAYETTE SILVA MELENDEZ**

DIMENSIONES	INDICADORES	Bueno	Regular	Malo
Coherencia	1. El mensaje del texto es claro y entendible.	X		
	2. La idea principal de cada párrafo es explícita	X		
Cohesión	3. Los párrafos están cohesionados secuencialmente.	X		
	4. Utiliza los sustitutos para darle sentido al texto.	X		

Ortografía	5. Escribe su texto usando las palabras adecuadas: sinónimos, antónimos, parónimos, redes semánticos, etc.	X		
	6. Utiliza los signos de puntuación correctamente.	X		
Estética	7. Considera los márgenes de su texto.	X		
	8. Escribe teniendo en cuenta la silueta del texto	X		

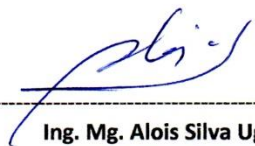
Observaciones	Sugerencias
Pulir la redacción	Ser más específicos con lo que se quiere preguntar

OBSERVACION: Visto y analizado el instrumento de investigación podemos afirmar que cumple con los requisitos indicados en el proceso de investigación para que sea aplicado a la realidad determinada en el proyecto de investigación.

Por lo tanto, doy fe de la conformidad de la elaboración de dicho instrumento de acuerdo a las variables de estudio y la operacionalización de las variables.

SUGERENCIA: Mejorar la redacción gramatical sobre todo ser más específico con lo que se quiere pregunta.

Chiclayo, 03 de diciembre del 2018


 Ing. Mg. Alois Silva Ugaz
 Colegiatura N° 28560
 DNI N° 16642207

Anexo N° 3 Validación de instrumento



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

A. TITULO DEL PROYECTO: PLAN DE EXPORTACION DE BANANO ORGANICO PARA LA ASOCIACION DE AGRICULTORES, APICULTORES, ACUICULTORES Y PEQUEÑOS ARTESANOS DE ANNAPE – MORROPE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

B. AUTOR: Br. BEQUER LAFAYETTE SILVA MELENDEZ

C. INSTRUMENTO: ENTREVISTA PARA ESPECIALISTA EN AGROEXPORTACIONES

D. DATOS DEL EXPERTO:

NOMBRES Y APELLIDOS: ALOIS SILVA UGAZ

PROFESIÓN: INGENIERO QUIMICO

GRADOS ACADÉMICOS: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

CENTRO DE LABORES: INDEPENDIENTE

E. OPINION DE APLICABILIDAD:

Que, al haber observado los instrumentos considerados en la propuesta y guías de observación, además de hacer las recomendaciones pertinentes, se da por validados dichos instrumentos para ser aplicados en el proyecto de tesis titulado: PLAN DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS, APÍCOLAS, ACUÍCOLAS Y ARTESANOS DE ANNAPE – MÓRROPE, LAMBAYEQUE

Por lo anterior se llegó a la siguiente conclusión final:

	deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Congruencia de estructura				X
Amplitud del contenido				X
Coherencia con los objetivos				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Chiclayo, 03 de diciembre del 2018

Ing. Mg. ALOIS SILVA UGAZ
Colegiatura N° 28560
DNI N° 16642207

ENTREVISTA PARA ANALIZAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ASOCIACIÓN COM RESPECTO A PRODUCCIÓN Y EXPORTACIONES

JUICIO DE EXPERTO

1. Título del Proyecto: PLAN DE EXPORTACION DE BANANO ORGANICO PARA LA ASOCIACION DE AGRICULTORES, APICULTORES, ACUICULTORES Y PEQUEÑOS ARTESANOS DE ANNAPE – MORROPE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

2.

Variable 1: PLAN DE EXPORTACIÓN

Variable 2: INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ASOCIACION

2. Experto: Ing. Mg. ALOIS SILVA UGAZ

3. Centro de Trabajo : INDEPENDIENTE

4. Grado Académico : MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

5. Autor : Br. BEQUER LAFAYETTE SILVA MELENDEZ

DIMENSIONES	INDICADORES	Bueno	Regular	Malo
Coherencia	1. El mensaje del texto es claro y entendible.	X		
	2. La idea principal de cada párrafo es explícita	X		
Cohesión	3. Los párrafos están cohesionados secuencialmente.	X		
	4. Utiliza los sustitutos para darle sentido al texto.	X		
Ortografía	5. Escribe su texto usando las palabras adecuadas: sinónimos, antónimos, parónimos, redes semánticos, etc.	X		

	6. Utiliza los signos de puntuación correctamente.	X		
Estética	7. Considera los márgenes de su texto.	X		
	8. Escribe teniendo en cuenta la silueta del texto	X		

Observaciones	Sugerencias
Ninguna	Ninguna

OBSERVACION: Visto y analizado el instrumento de investigación podemos afirmar que cumple con los requisitos indicados en el proceso de investigación para que sea aplicado a la realidad determinada en el proyecto de investigación.

Por lo tanto, doy fe de la conformidad de la elaboración de dicho instrumento de acuerdo a las variables de estudio y la operacionalización de las variables.

SUGERENCIA: No habría ninguna sugerencia, las preguntas son claras.

Chiclayo, 03 de diciembre del 2018



Ing. Mg. Alois Silva Ugaz
 Colegiatura N° 28560
 DNI N° 16642207

Anexo N° 4 Validación del plan de exportación

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS PARA MEJORAR LA SALUD PÚBLICA DE LOS HABITANTES DE LA ZONA URBANA, JAÉN

(JUICIO DE EXPERTOS)

Yo, Mila Iris Muñoz Sánchez, identificado con DNI N° 77076339, con Grado Académico de Licenciada en Negocios Internacionales en la Universidad Señor de Sipán:

Hago constar que he leído y revisado la propuesta de un plan de exportación de banano orgánico al mercao de Estados Unidos para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y pequeños artesanos de Annape correspondientes a la Tesis: "Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y pequeños artesanos de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos", de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

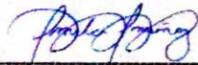
La estructura de la propuesta se distribuye en dos secciones o partes: la primera parte corresponde a actividades administrativas, la misma que comprende los procesos y la forma en que está operando la asociación y la segunda parte corresponde a la ejecución del proceso de exportación.

La propuesta corresponde a la tesis: "Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y pequeños artesanos de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos".

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Prpuesta:			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
85 %	100 %	100 %	95 %

Chiclayo, 17 de Diciembre del 2018.



Lic. Mila Iris Muñoz Sánchez
EVALUADOR

FICHA DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS PARA MEJORAR LA SALUD PÚBLICA DE LOS HABITANTES DE LA ZONA URBANA, JAÉN

Apellidos y Nombres del Evaluador: Mila Iris Muñoz Sánchez

Título del trabajo de investigación: Plan de exportación de banano orgánico para la Asociación de Agricultores, Apicultores, Acuicultores y pequeños artesanos de Annape – Mórrope al mercado de Estados Unidos

Autor: Bequer Lafayette Silva Melendez

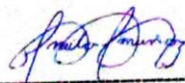
Fecha: 17-12-2018

a. Pertinencia con la investigación

	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.		Pertinencia con las variables y dimensiones.		Pertinencia con las dimensiones e indicadores.		Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PROPUESTA	✓		✓		✓		✓	

b. Pertinencia con la aplicación

	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	Se aplica al contexto de la investigación		Soluciona el problema de salud pública		Su aplicación es sostenible en el tiempo		En su ejecución involucra a otras instituciones y población	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PROPUESTA	✓			✓	✓		✓	



.....Mila Iris Muñoz Sánchez.....

DNI:77.07.6.339.....

Anexo N° 5 Entrevista para especialista en agroexportaciones

1. ¿Cuáles son los principales mercados de banano orgánico?

El banano orgánico actualmente es demandado por muchos mercados del mundo, Estados Unidos es considerado el importador que más demanda banano orgánico en el mundo con aproximadamente 18% de las compras totales, sin embargo debemos también tener en cuenta que países europeos como Bélgica, Rusia, Alemania y países asiáticos como Japón y China.

2. ¿Tendencias de consumo de la población estadounidenses?

Si hablamos de tendencias de consumo en frutas, Estados Unidos es el mercado que más las produce y consume, aproximadamente un tercio de su consumo es importado de otros mercados. Las preferencias de consumo son en jugos, en su estado fresco y envasados, siendo las frutas preferidas las bananas, naranjas, uvas y manzanas.

Otro punto importante es el sector de la salud y el bienestar, las personas se preocupan de que lo que consumen aporte en su salud, lo que ha hecho que incremente el interés por los productos orgánicos, que al no tener sustancias tóxicas los consumidores se sienten más seguros al momento de comprar.

No debemos olvidar la tendencia del cuidado del medio ambiente, ya que los productos orgánicos promueven el no uso de sustancias químicas en los cultivos, lo que genera un impacto positivo para la reducción de la contaminación.

3. ¿Cuál es el canal de distribución más adecuado para el banano orgánico?

Para ingresar al mercado estadounidense, existen diversos canales de distribución, generalmente los exportadores se contactan con un bróker, quien participa como intermediario entre el exportador e importador, sin embargo éste proceso incrementa los costos debido a que el bróker gana una comisión. Por tal motivo, si se quiere reducir costos el exportador debe contactarse directamente con el importador, ya sea un distribuidor o un supermercado directamente.

4. ¿Cuál es el medio de transporte más adecuado para exportar banano orgánico a Estados Unidos?

Por la naturaleza de la carga, y siendo el destino Estados Unidos, es recomendable exportar el banano orgánico por vía marítima y en un contenedor Reefer.

5. ¿Cómo ha evolucionado la demanda de banano orgánico en Estados Unidos?

Como ya había mencionado, Estados Unidos es uno de los principales importadores de frutas en el mundo, y el banano orgánico no es ajeno a este mercado. Desde que comenzaron las importaciones de Estados Unidos de banano orgánico, su evolución ha sido favorable, cada año incrementa la demanda de este producto, lo que ha generado que cada vez más productores decidan incursionar en este cultivo, que se muestra como un producto con potencial no solo en Estados Unidos, sino en diferentes países de Europa y Asia.

6. ¿Cuáles son las principales certificaciones exigidas por Estados Unidos para el ingreso de banano orgánico?

Para el ingreso de productos orgánicos, la certificación que Estados Unidos exige es la USDA organic.

7. ¿Qué beneficios arancelarios tiene Perú en Estados Unidos para el banano orgánico?

Gracias al tratado de libre comercio que Perú tiene firmado con Estados Unidos, el banano orgánico ingresa con arancel preferencial 0%.

8. ¿Cuál es la modalidad de pago más segura para negociar con Estados Unidos?

Cuando un exportador es nuevo, y no conoce acerca de transacciones internacionales y además no conoce al importador, la manera más segura para ambas partes es utilizar la carta crédito, ya que el exportador asegura el pago con la presentación de la documentación de embarque.

9. ¿Cuál es la distribución física internacional para el banano orgánico?

Por el tipo de carga es recomendable:

- Colocarla en cajas de cartón corrugado.
- Unitarizar las cajas en pallets.
- Emplear un contenedor refrigerado.
- Realizar la inspección antes de llevar la carga al terminal, para evitar manipuleos que desestabilicen la temperatura dentro del contenedor.
- Se recomienda emplear un seguro internacional.

- Tramitar la documentación necesaria, como facturas y certificaciones.

10. ¿Cuál es el precio promedio por kg del banano orgánico en Estados Unidos?

Según información que otorga el portal frutícola, en promedio la caja de banano en el puerto de Los Ángeles tiene un valor de 22 a 23,50 dólares.

11. ¿Cuál es el incoterm más adecuado para la primera experiencia de exportación? ¿Por qué?

Si el exportador no tiene experiencia en el sector, lo más recomendable sería que realice negociaciones en incoterm Exwork, debido a que su responsabilidad se limitaría a entregar la mercancía en su almacén a la espera que el importador realice los procedimientos para sacar la mercancía del país e ingresarla a su país. Sin embargo, debido a que muchos importadores no conocen los procedimientos a realizar en el país de origen, es más común realizar las negociaciones en incoterm FOB, ya que será el exportador quien realice la manipulación de la carga dentro del país de origen y su responsabilidad terminará cuando la mercancía se encuentre sobre el buque.

Anexo N° 6 Entrevista para presidente de la asociación

1. ¿La asociación está inscrita en registros públicos?

La asociación si está inscrita en registros públicos, toda la documentación está saneada, bajo el nombre de Asociación de agricultores, apícola, acuícola y artesanos de Annape.

2. ¿La asociación tiene partida registral?

Si tenemos partida registral, pero no recuerdo el número.

3. ¿Tiene su acta de constitución y aprobación de estatutos?

Si, la asociación cuenta con su número de RUC y toda la documentación necesaria, sino no, no podría ganar proyectos. La constitución se realizó en la ciudad de Chiclayo.

4. ¿Tienen un organigrama de la asociación?

Sí, tenemos un organigrama, yo soy el presidente de la asociación mi nombre es Juan Ventura Santamaría.

5. ¿Cuál es su plan estratégico?

Si, ya que en la asociación todos somos unidos, todos nos consideramos iguales y si llega un proyecto es para todos. La misión que tenemos es ampliarnos, contar con más hectáreas de cultivo y llegar a tener treinta hectáreas de banano y la visión es luego exportar nuestro producto a otro país y también poder enseñar a otros agricultores sobre el banano la visión es enseñar y dar lo que recibimos. Para esto estamos buscando integrar nuevos socios con la idea de uniformizar el cultivo., para que más personas sean beneficiados con el proyecto.

6. ¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades y cuales considera usted que son las principales oportunidades y amenazas que enfrenta la asociación?

Una de nuestras fortalezas es con respecto al banano orgánico, debido a que la planta en una siembra dura de 40 a 50 años, y nos da una buena rentabilidad ya que no es necesario realizar movimiento de tierras en el arado. No es como el maíz para el que en cada siembra se debe preparar el terreno. Anteriormente tenía el cultivo de maíz, desde los 20 años comencé a sembrar maíz, luego surgió la idea de cambiar de cultivo con el proyecto de riego tecnificado que lo promovió la embajada de Japón en conjunto con la ONG CIDAR, que nos dio la oportunidad de realizar tres pasantías a, Pítipo donde vimos palta hass y Reque donde vimos

esparrago, luego viajamos a Pañalá en Arena Verde en donde vimos banano, esas tres pasantías tuvimos, por lo que nuestra primera visión fue cultivar espárragos, pero luego me llamaron para proponerme la producción de banano, aunque no es fácil sembrar banano, se debe se debe tomar una buena decisión, ya que para alguien que está en el cultivo de maíz y está acostumbrado a sembrar y cosechar por pequeñas campañas, lo que no pasa con el banano que ya tiene 11 meses y aun no realizamos la primera cosecha, que consideramos hacerla al cumplir 1 año, y ya luego de eso se empieza a realizar semanalmente, guiándonos de los colores de la cinta que le ponemos al banano cada semana, la debilidad sería que recién nos estamos capacitando y preñiendo del manejo del banano falta la capacitación de la cosecha, luego amenazas no hay amenazas ni de plaga ni enfermedades tampoco el fenómeno del niño porque si hay más agua mejor es para el plátano.

7. ¿Cuentan con un cronograma para sus actividades? ¿Tienen un presupuesto anual?

Si, aquí cada uno trabaja en su terreno yo por ejemplo contrato un peón para abonar, deshierbar, fumigar porque esto lleva abonos foliares, colocar y vigilar las cintas que no se bajen para que el banano no se queme con el sol y así cualquier actividad, también nosotros nos reunimos mensualmente o a veces quincenal o cada semana de acuerdo como sea necesario para conversar como vamos con el proyecto que es lo que estamos haciendo para que todos se entiendan igual, por ejemplo si alguien entiende mal una cosa y yo entiendo bien yo le explico y por el contrario si yo no entiendo algo también me explican.

El presupuesto lo maneja el proyecto y lo divide en cuatro hitos, lo envían cada cuatro meses y lo repartes igual para todos

8. ¿Quién realiza el control de estado financiero? ¿Tienen libro de ingresos y egresos?

En la asociación no llevamos control de estado financiero porque el proyecto nos da todo por un año y medio, el estado nos ve como hijos como un papá que invierte en su hijo, le da todo, el estado no te quita nada y después cuando acabe el proyecto tenemos que verlo por nosotros mismos y cuando vamos a exportar y pagar los impuestos, ahí ya se organiza mejor. El proyecto se llama proyecto

PNIA, lo ve el INIA y el Ministerio de Agricultura y la plata viene del Banco Mundial.

9. ¿Qué producto es principalmente más cultivado?

El cultivo más cultivado es el maíz, yo por ejemplo cultivaba maíz desde los 20 años y recién hace 11 meses me pasé a banano orgánico y la visión es que todos se pasen a banano, el banano crece más rápido en el calor que en el frío y esta variedad se ha adaptado muy bien al lugar, este banano es la variedad William

10. ¿Cuánto tiempo tiene con la producción de banano orgánico en la asociación?

Aquí 11 meses, desde que empezamos con el proyecto.

11. ¿Cuál es el área total de banano orgánico de la asociación?

Por el momento tenemos dos hectáreas, pero el proyecto es para tres hectáreas, en el próximo reembolso se compra 1800 plantas más y se siembra la hectárea que falta.

12. ¿Cuál es la cadena de producción del banano orgánico?

El proyecto nos compra la semilla, nos trae del vivero de Piura, la mano de obra la ponemos nosotros, preparáramos la tierra, hacemos arado, de ahí viene la rastra, luego la rufa y luego la siembra, y por ser orgánico no lleva ningún veneno.

13. ¿Cuál es la producción por hectárea de banano orgánico?

Ahorita en la producción estamos cero porque aún no llega la primera cosecha, pero en la pasantía en Sullana por Guangalá nos reportaron que una cabeza te da una caja o caja y media. Que empezamos con una caja, en cada hectárea hay 1250 plantas y cada planta que de una caja y la caja lo vendamos a 10 soles, sería 12500 soles, y si te da caja y media estamos hablando algo de 18000 soles.

14. ¿Cuál es el costo de producción por hectárea del banano orgánico?

Mira para nosotros el proyecto está en 194000 soles, PNIA nos da en efectivo y la Asociación está poniendo una parte, el proyecto total incluyendo otras entidades que también ponen dinero al proyecto porque el proyecto es sociable, en total vale como 286000 soles para la implementación de 2 hectáreas de banano orgánico y está dividido en 4 hitos.

15. ¿Realizan exportaciones de banano orgánico? ¿Les gustaría exportar directamente?

No realizamos exportaciones pero si queremos exportar esa es la visión. Y nos gustaría empezar a exportar a Japón y la China ya que son países que no son tan exigentes para la compra.

16. ¿A quiénes venden su banano orgánico?

Hay una empresa en Piura que nos quiere comprar, aún no hemos negociado directamente pero sé que ellos quieren comprar porque los ingenieros nos han dicho, la empresa se llama PRONATUR.

17. ¿Cuál es el precio de venta del banano orgánico a las empresas exportadoras?

Sé que en Paita Piura pagan la caja a los agricultores a 6 dólares 30, el agricultor se lleva líquido. Ya la empresa pone los peones aparte.

18. ¿Qué características son exigidas en el banano orgánico para su compra?

Sí, que el banano sea de 8 pulgadas para arriba. Por ejemplo aquí este banano tiene 9 pulgadas y otros 10 pulgadas, entonces si va. Nosotros botamos los 3 de abajo así que el banano crece más rápido, no es cantidad si no calidad.

19. ¿Qué certificados de calidad tienen?

No tiene ninguna certificación, los ingenieros que vienen a supervisarnos nos asesoran. Cuando ya haya cantidad en el transcurso del camino vamos a ver. Pero aún no nos han dicho nada la empresa que quiere comprar tampoco.

20. ¿Cuál es el método de embalaje y almacenamiento del banano orgánico?

La empresa que compra lo ve todo ellos ven el peso y la cantidad que van a comprar y viene y se lo llevan.

Anexo N° 7 Formulario de autorización para la publicación electrónica de la tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICATION ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

SILVA MELENDEZ BEQUER LAFAYETTE
D.N.I. : 47057652
Domicilio : Manzana D Lote 10 urbanización la Florida- Chiclayo
Teléfono : Fijo : Móvil :939203239
E-mail : bqr123@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad: Presencial

Tesis de Pregrado

Facultad :
.....

Escuela :
.....

Carrera :
.....

Título :
.....

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : Maestro en Administración de Negocios

Mención :
.....

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Silva Meléndez Bequer Lafayette

Título de la tesis:

PLAN DE EXPORTACION DE BANANO ORGANICO PARA LA ASOCIACION DE AGRICULTORES, APICULTORES, ACUICULTORES Y PEQUEÑOS ARTESANOS DE ANNAPE-MORROPE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha: 09-07-2019

Anexo N° 8 Acta de originalidad de tesis

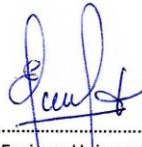


ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Hugo Enrique Huiman Tarrillo, Asesor del curso de desarrollo del trabajo de investigación y revisor de la tesis del estudiante, **BEQUER LAFAYETTE SILVA MELÉNDEZ**, titulada: **PLAN DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO PARA LA ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES, APÍCULTORES, ACUÍCULTORES Y PEQUEÑOS ARTESANOS DE ANNAPE – MÓRROPE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.**, constato que la misma tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de originalidad del programa *Turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 14 de Julio de 2019



Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo

DNI: 16418702

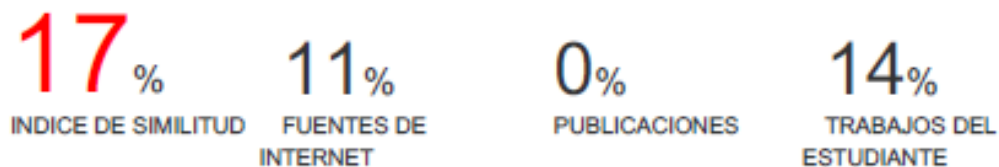
Dr. CPC. Hugo Enrique Huiman Tarrillo
Lic. Matemática y Computación
Contador Público Colegiado
N° Reg. 04-3821

CAMPUS CHICLAYO
Carretera Pimentel km. 3.5.

Anexo N° 9 Reporte Turnitin

EXPOTACIONES BANANO (6)

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	3%
2	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	2%
3	export.promperu.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	1%
8	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación	1%

Anexo N° 10 Autorización de la versión final del trabajo de Investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E. DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

SILVA MELENDEZ BEQUER LAFAYETTE

INFORME TITULADO:

PLAN DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO PARA LA

ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES, APICULTORES, ACUICULTORES Y
PEQUEÑOS ARTESANOS DE ANNAPE - MÓRROPE AL MERCADO DE ESTADOS UNIDO

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS-MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 15-01-2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADO POR UNANIMIDAD

