



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**"PLAN DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO  
DESDE LA MATANZA – PIURA, AL MERCADO DE  
CALIFORNIA ESTADOS UNIDOS"**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. MADELEINI ANAI TIMANA RAMÍREZ**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ASESOR:**

**MG. MANUEL EDILBERTO GUERRERO OJEDA**

**PIURA – PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiar mis pasos

A mis padres por su inmenso amor y apoyo incondicional

A mi hija, por ser motor y motivo para seguir adelante en mis proyectos y  
ser un ejemplo a seguir.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento a la Universidad Alas Peruanas, por darme la oportunidad de culminar mis estudios.

Agradezco a los docentes quienes con su bagaje de conocimiento desarrollaron en mi formación las competencias que permitan contribuir al desarrollo del país.

Agradezco al equipo de colaboradores de la empresa Pacha S. A, quienes participaron de la investigación.

Agradezco los pequeños productores del distrito de La matanza quienes participaron de la investigación.

***La autora.***

**ÍNDICE GENERAL**

AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE GENERAL	IV
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
ÍNDICE TABLAS	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRAC	IX
INTRODUCCIÓN	X
CAPITULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1. Problema general	16
1.2.2. Problemas específicos	16
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.3.1. Objetivo General	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	19
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. BASES TEÓRICAS	23
2.2.1. Exportación	23
2.2.2. Plan de exportación	34
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	44
CAPITULO III METODOLOGÍA	52
3.1. TIPO Y NIVEL	52

3.1.1. Tipo de estudio	52
3.1.2. Nivel de estudio	52
3.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	54
3.3.1. Población	54
3.3.2. Muestra	55
3.3.3. Muestreo	56
3.3.4. Criterios de selección	56
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	57
3.5. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS	58
3.5.1. Validez	58
3.5.2. Confiabilidad	58
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS	59
CAPITULO IV: EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO	60
4.1. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO	60
4.2. ANÁLISIS DE CALIFORNIA COMO POTENCIA MUNDIAL	67
4.3. POTENCIA DE CONSUMO	68
4.4. ESTUDIO DE MERCADO	74
4.5. ESTUDIO TÉCNICO	121
4.6. ESTUDIO FINANCIERO	131
CAPITULO V: RESULTADOS	142
CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	153
CONCLUSIONES	156
RECOMENDACIONES	158
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	160
ANEXOS	169

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Países importadores de banano orgánico peruano	33
Figura 2. Exportación de Banano orgánico (FOB \$ miles).	34
Figura 1. Distrito de la Matanza	53
Figura 2. Balanza comercial de Perú	61
Figura 3. Exportaciones peruanas al mundo	62
Figura 4 Principales mercados de las exportaciones de California	63
Figura 5 Estado de California - EE.UU	69
Figura 6 Composición de población por grupos étnicos en California	70
Figura 7 Crecimiento poblacional de California	72
Figura 8 Pirámide poblacional de Baja California (2014)	72
Figura 9 Rizoma	77
Figura 10 Seudotallo	78
Figura 11 Hoja del banano	78
Figura 12 Hoja cigarro	79
Figura 13 La inflorescencia emergente	80
Figura 14 Brácteas abiertas revelan flores femeninas	81
Figura 15 Flores masculinas	81
Figura 16 Flor hermafrodita	82
Figura 17 Banano orgánico	86
Figura 18 Cadena productiva de Banano orgánico	88
Figura 19 Demanda histórica de Banano tipo Cavendish Valery frescos	89
Figura 20 Coeficiente de elasticidad y proyección de la demanda potencial	91
Figura 21. Perú: Exportaciones de banano orgánico al mundo y la U.E	94
Figura 22. Perú: Exportaciones de banano orgánico a principales países	95
Figura 23 Estado de California	103
Figura 24 Cadena de distribución de banano orgánico	114
Figura 25 Capacidad de contenedor Merks	115
Figura 26 Distancia del distrito de la Matanza al puerto de Paíta	116
Figura 27 Maesk	116
Figura 28 Flujo grama de proceso de producción de banano	127
Figura 29 Evolución de las utilizadas	141

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Países productores de banano orgánico en ton y hectáreas.	30
Tabla 2 Exportaciones de banano orgánico Peruano	33
Tabla 1 Población de trabajadores de Agro Pacha S. A	54
Tabla 2 Ranking de las 10 productos más exportados de California (2017)	65
Tabla 3. Información del producto	74
Tabla 4. Partidas arancelarias del banano y sus derivados	74
Tabla 5. Ficha técnica del banano orgánico	76
Tabla 6. Composición química del banano orgánico Cavendish (100 g)	83
Tabla 7. Valor nutricional del banano orgánico tipo Cavendish–Valery	84
Tabla 8. Clasificación de especies de banano	84
Tabla 9 Demanda actual del Banano orgánico tipo Cavendish Valery	90
Tabla 10 Demanda histórica de Banano orgánico tipo Cavendish Valery	91
Tabla 11 Demanda futura del Banano orgánico tipo Cavendish Valery	92
Tabla 12 California –EE.UU importa banano orgánico desde Perú	96
Tabla 13 Exportación de Banano orgánico desde la Matanza 2018	96
Tabla 14 Importaciones de Banano orgánico del Mundo a California	97
Tabla 15 Mercados proveedores de banano orgánico a California -EE.UU	98
Tabla 16 Arancel de los Principales Proveedores de Banano a California	99
Tabla 17 Características predominantes del consumidor en californiano	102
Tabla 18 Segmentación del mercado californiano	105
Tabla 19 Equipo de oficina para Agro Pacha S.A	130
Tabla 20 Mobiliario de oficina	130
Tabla 21. Servicios básicos para Agro Pacha S.A	131
Tabla 22 Estructura de costos	132
Tabla 23 Inversión de Proyecto	134
Tabla 24 Estructura de Financiamiento	135
Tabla 25 Proyección de ventas de banano orgánico	136
Tabla 26 Flujo de caja operativo (S/.)	137
Tabla 27 Flujo de caja (S/.)	138
Tabla 28 Balance General y perdidas	139
Tabla 29 Estado de resultados(S/.)	140
Tabla 30 Componentes del plan de exportación según colaboradores	142
Tabla 31 Componentes del plan de exportación según pequeños	143
Tabla 32 Análisis del Mercado californiano según los colaboradores	145
Tabla 33 Análisis del Mercado californiano según pequeños productores	146
Tabla 34 Capacidad para competir en el mercado californiano	147
Tabla 35 Capacidad para competir en el mercado californiano	148
Tabla 36 Procedimientos logísticos para exportar banano orgánico	149
Tabla 37 Procedimientos logísticos para exportar banano orgánico s	150
Tabla 38 Barreras arancelarias y trámites aduaneros	151
Tabla 39 Barreras arancelarias para exportar banano orgánico	152

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar los componentes de un plan para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos. Corresponde a una metodología descriptiva, donde el método de trabajo fue inductivo y se aplicó un cuestionario a los 123 colaboradores de la empresa Agro Pacha S. A y 116 pequeños productores del caserío la Matanza .El valor del coeficiente de alfa de Conbrach del cuestionario de colaboradores fue 0,92, el cuestionario de pequeños productores (0.864) y 0,971 la guía de entrevista. Los resultados determinaron que los componentes del plan de exportación de banano orgánico a California resultaron en su totalidad ser muy favorables (58.5%) y favorables (41.5%), lo que lleva a concluir que concluir la empresa Agro Pacha S. A posee las condiciones necesarias para realizar un estudio de mercado, la capacidad para hacer frente a la competencias, posee la logística necesaria para cada uno de los proceso hasta llegar al mercado de destino porque cumple con los trámites aduaneras y está exento de barreras arancelarias.

**Palabras clave:** Exportación, mercado, competitividad, logística, tasas arancelarias.

## ABSTRAC

The objective of the research was to determine the components of a plan for the export of organic bananas from the district of La Matanza to the California-United States market. Corresponds to a descriptive methodology, where the working method was inductive, a questionnaire was applied to the 123 employees of the Agro Pacha SA company and 116 small producers of the Matanza farm. The value of the Cronbach alpha coefficient of the questionnaire of collaborators was 0.92, the questionnaire of small producers (0.864) and 0.971 the interview guide. The results determined that the components of the organic banana export plan to California were fully (market study, competitive capacity, logistics and customs barriers and customs procedures) to be very favorable (58.5%) and favorable (41.5%) , which leads us to conclude that the company Ago Pacha SA has the conditions to carry out a market study, the ability to face the competencies, has the necessary logistics for each of the processes to reach the target market because it meets with the customs procedures and is exempt from tariff barriers.

**Keywords:** Export, market, competitiveness, logistics, tariff rates.

## INTRODUCCIÓN

La exportación de productos agroindustriales hacia el extranjero representa una actividad que se encuentra en extensión en el Perú, donde los últimos cinco años registró incrementos importantes respecto a la exportación. Según las estadísticas en los últimos 10 años las exportaciones de frutos frescos así como sus derivados han tenido un crecimiento anual promedio de 21%. Siendo la Unión Europea el principal destino con 35% del total, seguido por los Estados Unidos con 30%(COMEX PERÚ, 2012).

Uno de los productos que ha logrado mayor crecimiento en los últimos años, es el banano orgánico en sus diferentes presentaciones: puré, licor, mermelada, vinagre y principalmente como fruta fresca a los diferentes países del mundo. Este producto y sus derivados han comenzado a tener mayor demanda en los mercados extranjeros, a causa de su notoriedad por la calidad, precio, sabor, entre otras (APPBANANO ORGÁNICO, 2012).

En tal sentido, la investigación se desarrolló en cuatro capítulos, en el primer capítulo se describe la realidad problemática, se consigna los problemas y objetivos de investigación, así como también, la justificación, importancia e limitación en la investigación.

El segundo capítulo se denomina Marco Teórico, el cual comprende los antecedentes del estudio de investigación, las bases teóricas y la definición de términos básicos.

En el tercer capítulo se denomina metodología de investigación, el cual comprende el tipo, nivel y diseño de investigación; así como también, el método, diseño de investigación, la población, muestra, técnicas, instrumentos y fuentes.

En el cuarto capítulo se denomina plan de exportación, donde se abordó la descripción del entorno de la empresa, se analizó el país de destino y la competencia mundial del banano orgánico, igualmente se analizó la potencia de consumo, también se identificó el segmento de mercado, por último el estudio técnico y financiero para la exportación.

En el quinto capítulo se denomina resultados donde se plantea la presentación, análisis e interpretación de resultados, la discusión de resultados, las conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas.

## CAPITULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Descripción del contexto de la investigación

Los efectos ocasionados por el fenómeno El Niño costero, afectó la agricultura que produjo muchas pérdidas de tipo económico, perjudicando las tierras de cultivo, con ello la producción del cultivo de banano orgánico, tuvo un descenso de veinte y cinco millones de soles respecto al 2016 (Herrera, 2018).

Las plantaciones de banano orgánico se vieron afectadas luego de las lluvias del Niño Costero, sufriendo plagas infectando en algunos casos parte o la totalidad de la planta. De las 750 hectáreas cultivadas, 600 de ellas se perdieron y como efecto colateral las exportaciones también sufrieron una disminución del 20% a causa del fenómeno. Generalmente la producción de banano orgánico tiene una producción o crecimiento anual del 15%, pero a causa del Niño Costero solo alcanzó un crecimiento de 10%. Se espera que para el presente año los agricultores se recuperen y se retome el crecimiento del agro peruano para seguir con la comercialización y producción al mercado exterior (Herrera, 2018).

La unión europea, Estados Unidos y los países asiáticos son los principales demandantes de banano orgánico. El Perú desde el año 2008 ha sido considerado como el más grande productor de banano orgánico (3.1 millones toneladas) producción que proviene de los diferentes

departamentos del país, producción que se constituye en el 3,9% del valor de la producción del sector agrícola (Sotomayor, 2015).

Vale recordar, que el comercio internacional del banano orgánico hacia los mercados europeos necesita de la certificación para potenciarse ante las organizaciones internacionales. Considerando la gran demanda de la variedad de productos orgánicos que consumen, entre ellos se encuentra el banano orgánico del país vecino de Ecuador, donde las empresas exportadoras de pequeña y gran escala ha creado un espacio para exportar tanto a Europa, China y EEUU incrementando de esta manera el cultivo de hectáreas de plantaciones para asegurar la producción y recuperar la dimensión operativa insuficiente. Igualmente necesita del apoyo de pequeños productores que produzcan banano orgánico y asimismo evitar desperdiciar grandes oportunidades comerciales que generen fuentes de trabajo y el país alcance el desarrollo(ProChile, 2017).

En Guayaquil se llevó a cabo el diálogo regional de Ministros latinoamericanos de Agricultura, productores y exportadores de banano, donde se hace mención que en el año 2004 la producción de banano fue 1,664 toneladas y en el 2014 fue de 2,143,451 toneladas, siendo este incremento del 29% (Pro Ecuador, 2013).

En el Perú las áreas de banano sembrado en la última década aumentaron de 140,000 hectáreas a 162,000 en el 2014, en respuesta a una mayor demanda del producto. Del total de la superficie de banano

cultivado en el país, solo el 4% corresponde al banano orgánico certificado de la variedad Cadendish, que se localiza en la zona norte del Perú (Piura, Tumbes y Lambayeque), mientras el 96% restante corresponde a banano convencional cuya producción se destina al mercado interno.

En la actualidad el banano se cultiva en 12 departamentos del Perú: San Martín, la región de Loreto, el Valle de Ucayali, las regiones de Junín, Huancayo, Amazonas, los departamentos de Piura, Pasco, Cajamarca, Tumbes, el Valle Sagrado en Cuzco y por último Madre de Dios. En el año 2009 en el mes de octubre se incrementó la producción de banano orgánico en 0,5% en el departamento de Loreto produjo 30,393 toneladas y 4,0 % en Ucayali produjo 19,344 toneladas, en Tumbes se incrementó a 123,3%, por su parte Huánuco 25,7%, Cajamarca (9,3%), Piura (8,5%), Pasco (6,6%) y Junín (4,8%). Departamento que constituyeron el 72,5 % de producción a nivel nacional (Minagri, 2017).

Sotomayor (2015) refirió que las exportaciones de banano orgánico peruano han tenido un incremento moderado. Piura, Tumbes y Lambayeque, regiones que en conjunto concentran el 100% de la producción de oferta exportable de banano orgánico, pasando el volumen de exportación en el 2014 de 82,000 toneladas a 160,000 toneladas, en el 2016 alcanzó el 94% de incremento y el valor FOB, consiguió un incremento de US\$ 51 millones a US\$ 119 millones, lo que representa el 133%. Según el informe del Ministerio de agricultura (2015) desde hace cinco años en el distrito de la Matanza, la mayoría de los agricultores que

dedican sus tierras al cultivo y producción de banano tradicional, hoy apuestan por el cultivo de banano orgánico, pues han experimentado una excelente cotización en el mercado internacional al pasar de US\$ 622 por tonelada a US\$ 748, lo que equivale al 20% de la producción total.

En la provincia de Morropòn y sus distritos, los agricultores y asociaciones asumen de manera responsable la tendencia que el mercado del banano orgánico sigue dinamizándose y se constituye en una opción para ellos. En la región Piura se viene desarrollando desde el 2015 el proyecto de inversión pública con una inversión de 9.7 millones de soles, con el objeto de mejorar la competitividad de la cadena productiva del banano orgánico para optimizar la oferta exportable de los seis componentes: Sullana y los distritos de Querecotillo, Salitral, Bellavista , Ignacio Escudero, Miguel Checa, Tambogrande, Piura , Chulucanas, Buenos Aires, Batanes , Carrasquillo, Morropon, La Matanza, Pueblo Nuevo de Colán, La Huaca, Macara y el Arenal. Actualmente el proyecto tiene un avance del 36%, y son los pequeños productores quienes a través de las asociaciones participan en él (Minagri, 2017).

Finalmente, el banano orgánico piurano es exportado a 15 países y el 85% está concentrado en países como Alemania; también Holanda con sus estados, y no puede faltar Estados Unidos que ha reemplazado a Japón que desde hace diez años es uno de los principales importadores. A lo expuesto, la empresa Agro Pacha S. A es productora y acopiadora de banano orgánico, lo que se convierte en una oportunidad para la

formulación del plan de exportación del banano orgánico al estado de California que tiene la mayor comunidad hispana además es una fruta de gran demanda para el consumo humano y la empresa Agro Pacha S. A cuenta con producción garantizada para abastecer al mercado californiano.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo son los componentes de un Plan de exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ✓ ¿Qué factores intervienen en el análisis de mercado para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California- Estados Unidos, 2018?
- ✓ ¿Cómo es la competencia para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018?
- ✓ ¿Cuál es la logística Internacional para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018?

- ✓ ¿Cuáles son los trámites aduaneros para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California, Estados-Unidos, 2018?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar los componentes de un plan para la exportación de banano orgánico a California, desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- ✓ Identificar los aspectos más importantes de un estudio de mercado de un plan de exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.
- ✓ Establecer la capacidad de competir de la empresa para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.
- ✓ Identificar los procedimientos logísticos para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.

- ✓ Identificar los trámites aduaneros necesarios para para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

La investigación es conveniente, porque la región Piura cuenta con producción de banano orgánico de calidad que es requerida por California porque es un estado cuya alimentación es orgánica, además existe mayor cantidad de población hispana, que demanda para su consumo diario el banano orgánico y para el procesamiento de las industrias de jugos o para venderlo en los supermercados.

La investigación tiene relevancia social porque el incremento de producción de banano orgánico genera oportunidad de trabajo a los agricultores mejorando la calidad de la vida de forma directa a las familias donde se produce el fruto e indirectamente a toda la población quien lo consume.

El estudio tiene implicancia práctica porque los agricultores del distrito de La Matanza, así como los inversionistas, sigan apostando por el cultivo de banano orgánico, promoviendo de ésta manera la comercialización, industrialización y exportación del banano promoviendo un aporte económico en la región de Piura.

El estudio tiene utilidad metodológica porque mediante el plan de exportación se podrá realizar un diagnóstico de la oferta existente, con las estrategias para exportar el banano orgánico a Estados Unidos y podría ser utilizado para posteriores investigaciones.

### **1.5. Limitaciones de la investigación**

Una de las limitaciones de la investigación fue la escasa información a nivel local, teniendo que acudir a profesionales expertos en la exportación de banano orgánico.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### **Antecedentes internacionales**

Aguilar, Yulan y Blancas, (2016) en el estudio *proyecto de inversión para el desarrollo de la producción de banano orgánico ecuatoriano y su exportación a Hamburgo- Alemania*. (Tesis de grado) Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil. El objetivo demostrar que la producción favorece la exportación de banano orgánico. El estudio corresponde a un trabajo de campo descriptivo, siendo la población 374,814 habitantes de los cantones del triángulo metropolitano de Machala a quienes se aplicó encuesta. Se determinó que la exportación en los últimos periodos se ha acrecentado exponencialmente y consecuentemente esto ha sido viable para la exportación, toda vez que no existen demasiadas barreras frente a otros países que si las tiene, siendo Alemania el primer importador de banano y el segundo exportador en el mundo. Además la población ha tomado más conciencia y ha optado por comenzar a cuidar su salud a través de productos naturales y productos orgánicos. La investigación concluye que el proyecto de inversión para el desarrollo de la producción de banano orgánico es rentable para la exportación.

Decker y Ramon, (2016) en el estudio "*Análisis de la factibilidad de la exportación directa de banano orgánico hacia Alemania (Tesis de grado) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*". Siendo el objetivo determinar la factibilidad económica para la exportación sin intermediarios de banano orgánico hacia el mercado de Alemania. La investigación es de campo, descriptiva, utilizando la entrevista para los 15 trabajadores. Se determinó que Alemania es económicamente rentable y tiene posibilidades necesarias para el crecimiento y para la exportación del banano orgánico porque la población tiene gran preferencia en el consumo de productos orgánicos creciendo en el 2007 en 18% donde sus ventas son aproximadamente de 57,000 a 80,000 toneladas al interior del país, el PIB se incrementó en 1,5% y se espera la firma del tratado con la unión Europea para hacer más competitivos los productos. La investigación concluyó que el estudio es factible porque queda demostrado un ahorro significativo de \$2,10 donde el intermediario frente al productor ha obtenido una ganancia mayor en el primer año de 11421, 24 el cual al cabo de los cinco años podría ser empleado para mejorar la calidad de la producción.

Córdova (2016) en la investigación *Estudio de pre-factibilidad para la exportación de banano orgánico para exportar y certificación a Alemania en Productores de la provincia de los Ríos-Ecuador (Tesis de grado) Universidad de Guayaquil, Ecuador*. El objetivo fue estipular la viabilidad para la exportación de banano orgánico a Alemania. El estudio es descriptivo de campo y se aplicó entrevista y encuesta a 68 productores

y exportadores. Se determinó que el 76% de las empresas exportadoras de banano orgánico establecen que la calidad es el principal aspecto trascendental para el incremento del comercio en escenarios internacionales. Se concluyó que es viable la producción de banano orgánico porque la tasa interna de retorno fue 26,86% siendo esta mayor al Valor Actual Neto, que representa el valor de \$2716.00 resultando rentable.

### **Antecedentes nacionales**

Salazar (2014) en el estudio *plan de exportación de banano orgánico a Estados Unidos –LA, 2013(Tesis de grado) Universidad Señor de Sipan, Lambayeque*. Siendo el objetivo el fortalecimiento a los productores para la exportación de banano orgánico directamente al mercado de destino. La metodología corresponde a un estudio descriptivo. El banano orgánico tendrá una presentación de 8.4 kg, con valor agregado de ser una fruta para el consumo humano orgánica considerando el comercio justo con la base de 12. La investigación concluye que la exportación es viable para la asociación considerando una mayor tasa de retorno con un TIR de 63% superior a la tasas de retorno siendo este 13% así y el VAN financiero de 266, 347,79

Castillo (2016) en el estudio *Impacto de la estrategia de diferenciación en la exportación del banano orgánico del distrito de Chepén al mercado Holandés (Tesis de grado) Universidad Cesar Vallejo, Trujillo*. El objetivo fue estudiar el impacto de la estrategia de diferenciación en la

exportación de banano orgánico a Holanda, siendo una investigación descriptiva y se entrevistó a los miembros de cuatro asociaciones de banano orgánico del mismo distrito. Se ha determinado que el banano orgánico en el Perú se produce todo el año, ganando ventaja en enero a abril que son los meses que produce Ecuador, y en este periodo de mayor producción de Perú, se logra captar más consumidores, también quedo demostrado que Bélgica y Alemania son los mayores proveedores indirectos de Holanda. Se concluye que existe impacto favorable en el aumento de las exportaciones en un rango de 15% luego de la aplicación de la estrategia de calidad de diferenciación.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Exportación**

#### **2.2.1.1. Definición**

Según Daniels, 2013, afirma que:

*“Es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa para el uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello es necesario que el traspaso de bienes se efectuó a un cliente domiciliado en el extranjero. Las exportaciones incluyen bienes, servicios, o propiedad intelectual.” (p.483).*

Para definir la importancia se concentra en *“la necesidad de generar ganancias en moneda extranjera. La facilidad de exportar hoy en día aborda en la variedad de opciones que una empresa tiende a elegir ya sea a través de la exportación directa o exportación indirecta.” (Daniels, 2013 p.482)*

### **2.2.1.2. Evolución de las exportaciones de banano**

El banano de nombre científico *Musa paradisiaca*, es *“también conocido como banana, plátano y guineo, el cual forma parte de las Musaceae y su familia, requiere de clima tropical húmedo para ser cultivado y obtener gran producción, a temperaturas de 23-27°C. Si la temperatura es menor a 18°C la producción se detiene o disminuye en gran cantidad, a causa de los suelos idóneos deben ser fértiles y tener una textura franco arcillosa, franco arenosa y sus combinaciones”* (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015).

El banano posee grandes propiedades nutritivas debido a que ofrece una suma importante de carbohidratos y fibras, además contiene potasio, hierro, fósforo, magnesio, también el folato, que es vehículo de componentes B y C. *“Debido a sus cualidades el consumo de banano es muy importante a nivel mundial, lo cual lo ha posesionado en el cuarto lugar como un fruto más consumido después de la manzana, cítricos y la uva”* (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015).

El banano desde sus inicios ha sido esencial para la alimentación del hombre, siendo considerado como uno de los primeros alimentos de la era prehistórica, existiendo una variedad de teorías relacionadas a su origen. Siendo una de ellas la más aceptada el de su origen en Asia meridional en donde se inició desde

los años 650 D.C., específicamente en zonas mediterráneas, el cultivo de banano en forma masiva.

Herbert Spiden, antropólogo reconocido, mencionaba que *“la probabilidad de que el banano es originario de las regiones húmedas tropicales del sur de Asia, mencionando también regiones como el noreste de la India, Cambodia, Burma y algunas áreas en la zona sur de China, incluyendo las islas mayores de Sumatra, Borneo, Java, Formosa y Filipinas”* (Decker y Ramón, 2016).

La actividad bananera con el pasar del tiempo se fue desarrollando de manera cronológica, siendo en el años 1516 que ingreso el fruto en las Islas de las Antillas Mayores y también tuvo lugar en otros lugares del continente, como es el caso de costas colombianas y costas de Centroamérica. Cabe recalcar que aquella adopción del banano en las zonas mencionadas se hizo desde el Archipiélago de las Canarias.

El banano actualmente se cultiva en más de 150 países considerándose que existen cerca de 1000 variedades de este fruto en el mundo los cuales están subdivididos en 50 variedades, de los cuales el Banano orgánico local ya llega a 15 destinos, siendo Holanda, Estados Unidos y Alemania, los que concentran el 85% de las ventas. El banano creció 29% en los últimos diez años respecto a su producción total, lo que significa el 3.9% del valor que

corresponde a la Producción del Subsector Agrícola. Igualmente las Hectáreas de banano de 140 mil hectáreas en 2004 pasaron a 162 mil en el 2014, a causa de la demanda del producto (Promperú, 2014).

### **2.2.1.3. Clasificación de las exportaciones**

En opinión de Crespo y Salvatierra (2012) la exportación se clasifica de dos tipos:

#### **Exportación directa**

Crespo y Salvatierra (2012) hace referencia que es el comercio inmediato que realiza un productor o proveedor a un mercado internacional mediante intermediarios quienes tiene el rol de representantes de ventas, distribuidores o minoristas extranjeros vendiendo el producto al usuario final (p.490). Se requiere conocer las ventas por volumen en el extranjero, el valor de envíos y la demanda.

#### **Exportación indirecta**

Es el mercadeo de mercancías a un mediador autónomo, ubicado en el mercado hogareño. “El intermediario exporta el producto a sus agentes extranjeros que luego lo venden al consumidor final”.(Daniels, 2013, p.491). La exportación indirecta resulta porque *“el exportador depende del intermediario; es decir un intermediario global (empresas intermediarias), para supervisar el marketing, las circunstancias de comercio, el embalaje, el repartimiento, las técnicas de cobro y crédito. A su vez, la*

*exportación indirecta involucra el uso del internet como medio rápido, fácil y barato en el comercio internacional para que grandes como pequeñas empresas puedan lidiar con mercados extranjeros.” (Daniels, 2013, p.492).*

#### **2.2.1.4. Importancia**

Promperú (2014) establece que la exportación es ineludible para el progreso y desarrollo de las naciones, pues es una técnica que carece de riesgo para ingresar a mercados extranjeros. Las Organizaciones consideran poco comprometido y más fructífero la posibilidad de producir diferentes bienes actuales en vez de desarrollar nuevos productos para el mercado local. En su gestión las instituciones aplican modelos de compra temporal, cabe la posibilidad de querer cambiar de producción para apropiarse de nuevos donde exista oportunidad para el producto ofertado. Otra de las razones que favorece es tener menos competencia para el ingreso al extranjero con los productos (p.23).

La exportación es importante para las naciones, porque tienen recursos humanos, recursos industriales, y recursos financieros que les permite usar para procesar bienes que les brinde la oportunidad de pugnar en otros mercados. Por otro lado, la exportación se convierte cada vez en un elemento esencial para que un país se encuentre estabilizado o equilibrado para ingresar divisas, surgiendo la necesidad de hacer intercambio de mercaderías que generan benéficos tanto para las organizaciones productoras, exportadoras (Promperu, 2014. P.12).

En este sentido, las organizaciones envían productos y / o servicios que se encuentran en el curso de madurez de su

producción que les permita desplegar en el exterior y asegurar el mercado posesionando su producto.

#### **2.2.1.5. Potencial exportador**

El término potencial exportación, supone reconocer a la empresa desde el aspecto empresarial: considerando la Gestión exportadora y estudio del producto, lo que aprovechará para entrar al mercado externo” (Promperu, 2014). En este sentido los elementos que considera la gestión exportadora implican la capacidad organizativa de la empresa, conocimientos técnicos del mercado internacional, procedimiento logístico, recursos financieros, etc

#### **2.2.1.6. Países exportadores de banano**

Se estima que *“a nivel mundial las exportaciones de banano orgánico certificado, oscilaron entre 260,000 a 270,000 toneladas en el año 2006 y en el año 2007 superaron las 300,000 toneladas. Es decir que estas exportaciones representaron más del 2% del total exportado por el sector bananero a nivel mundial”* (Agronegocios, 2017).

Según en portal de SSI Review (2014) deja en claro que: República Dominicana fue el mayor abastecedor de banano orgánico certificado a nivel mundial hasta el 2006, exportando 85,489 toneladas, representando un 42% de sus exportaciones de banano convencional. En el año 2007, Ecuador es el mayor exportador de banano orgánico certificado a nivel mundial, durante este año facturó 140,000 toneladas, ganando más del 40% de las exportaciones en cuanto corresponde al mundo del banano orgánico totalmente certificado. Otro de los abastecedores con cantidades importantes es Perú, exportando más de 65,000

toneladas en el 2007. Entre otros de los exportadores de banano orgánico se encuentran México, el vecino país de Colombia, también se encuentra entre ellos Honduras, igualmente Guatemala, Filipinas, seguida de Costa Rica y finalmente Ghana que también exportan banano orgánico.(p,48)

En los años 2005-2007 adquiere poderío Ecuador para abastecer de banano orgánico certificado al mercado internacional, donde se triplicaron las exportaciones de 4,700 hectáreas en el 2004 pasaron a 13800 en el año 2007 las nuevas tierras agrícolas certificadas, triplicaron su producción y de 35,085 toneladas exportadas en el año 2004 a 143,420 toneladas de banano orgánico en el año 2007, manteniendo con ello su primer lugar en las exportaciones a nivel mundial (Agronegocios, 2017).

Cabe recalcar que la experiencia del país en la producción bananera se considera como la principal ventaja, permitiéndole ubicarse como el primer exportador a nivel mundial de banano orgánico a través de productos de excelente calidad, siendo a su vez factores considerados de gran importancia su infraestructura y las adecuadas condiciones climatológicas( SSI Review (2014).

El año 2011 según SSI Review (2014) el mayor productor de banano orgánico fue República Dominicana seguido de Ecuador. Mediante la producción y el número de hectáreas que posee cada país como se muestra a continuación.

**Tabla 1**  
Países productores de banano orgánico en toneladas y hectáreas.

Países	Producción en toneladas	hectáreas
República Dominicana	230,000	180,000
Ecuador	200,000	105,000
Perú	120,000	5,000
Filipinas	100,000	5,000
Colombia	60,000	1,750
Sur Africa	50,000	1,700
México	6,200	200
Bolivia	6,000	250
Costa Rica	5,800	–
El Salvador	3,400	200
Ghana	2,500	100
Guatemala	1,200	30
Turquía	470	10
Francia	400	10
Senegal	300	10
Mozambique	158	40
Australia	50	3
kenya	50	5
Madagascar	40	5
Cuba	30	3
Lebanon	30	1
Mauritius	30	2
Cameroon	10	1
Granada	10	5
Cyprus	5	-
España	-	65
<b>TOTAL</b>	<b>786,683</b>	<b>299,390</b>

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (2015)

Entre los principales mercados a los cuales exporta Perú, Alemania es “el principal mercado de productos orgánicos siendo el 3% de sus ventas alimentos orgánicos. Este mercado en el 2007 creció aproximadamente un 18% y ocupa el segundo lugar de mercados de banano orgánico dentro de Europa. Desde el 2005 las importaciones de banano orgánico certificado han aumentado con una gran rapidez. Se estima que las ventas de banano orgánico certificado en el 2007 oscilaran entre 57,000 a 80,000 toneladas dentro del país” (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015).

### **2.2.1.7. Países importadores de banano orgánico en el mundo**

Según la fuente de Anebanano orgánico (2013) citado por Mejillones y Jaime (2015), consideran que Estados Unidos es uno de los principales países que importa banano orgánico de Perú con 36% de la producción total, seguido de México 12 %, Holanda con 11%, Alemania con 9%, Malasia 8%, Bélgica 6%, Canadá e Indonesia con 4%, Italia 3%, China 2% finalmente Japón y Colombia 1%(p.35).

### **2.2.1.8. Acuerdos comerciales entre Perú y Estados Unidos**

El 12 de abril de 2006 en Washington, tuvo lugar la firma del Acuerdo de Promoción Comercial que involucraría a Perú y Estados Unidos que el primero de Febrero de 2009 entró en vigencia. Se considera la negociación de productos como minerales/metales, productos hidrobiológicos, textiles, petróleo crudo, café, cacao, artesanías, paprika, alcachofa, uva, mango, mandarina, espárragos, banano entre otros que están libres de aranceles para ingresar a Estado Unidos gracias al acuerdo(Acuerdos comerciales , 2018).

La finalidad de los pactos que conlleva el acuerdo es mantener coaliciones políticas comerciales para el libre acceso a mercados, para las medidas sanitarias sin obviar las fitosanitarias, consideradas también las normas de origen, los servicios, el

comercio para el desarrollo sostenible y finalmente la solución de desacuerdos.

También, en él se establecen las diplomacias comerciales que pretende transformar en un potencial exportador al Perú con ventajas competitivas gracias a la oferta exportable prometedora concibiendo oportunidades económicas resultados que se reflejan en los niveles de vida.

Luego de la firma del APC , el Perú ha experimentado un vertiginoso desarrollo económico, mediante el comercio alcanzando una solido acceso permanente a mercados de gran dimensión especialmente en Estados Unidos y sus estados.(Acuerdos comerciales, 2018).

#### ***2.2.1.9. Exportadores de banano orgánico en Perú***

En el portal de AGRODATAPERU, (2018) se hace mención que la exportación de Banano orgánico en el 2017 en el Perú consiguen U\$ 25.3 millones a un costo de U\$ 0.75 kilo promedio. Holanda y USA son los principales destinos.

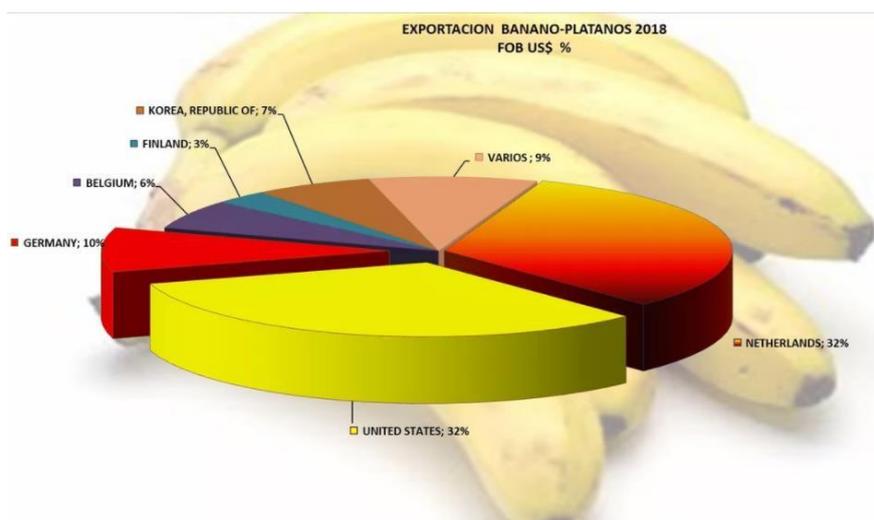


Figura 1. Países importadores de banano orgánico peruano  
Fuente: AGRODATAPERU, 2018

En el Perú la Cooperativa APPBOSA lidera las ventas con U\$ 2.7 millones (11% del total), le sigue la Asociación de Pequeños Productores de Querecotillo con U\$ 2.0 millones que representa el 8% (AGRODATAPERU, 2018)

Tabla 2  
*Exportaciones de banano orgánico Peruano*

MES	2018			2017		
	FOB	KILOS	PREC. PROM	FOB	KILOS	PREC. PROM
ENERO	16,271,019	22,456,160	0.72	13,914,958	18,430,475	0.75
FEBRERO	11,935,391	16,473,999	0.72	12,172,516	16,146,114	0.75
MARZO	-	-		14,119,739	18,985,906	0.74
ABRIL				11,767,905	15,951,147	0.74
MAYO				12,734,933	17,351,351	0.73
JUNIO				12,428,429	17,101,122	0.73
JULIO				11,138,882	15,259,707	0.73
AGOSTO				13,203,048	18,239,866	0.72
SEPTIEMBRE				11,500,049	15,893,442	0.72
OCTUBRE				11,379,063	15,612,085	0.73
NOVIEMBRE				9,578,915	13,208,877	0.73
DICIEMBRE				13,277,710	18,352,849	0.72
<b>TOTALES</b>	<b>28,206,410</b>	<b>38,930,159</b>	<b>0.72</b>	<b>147,216,147</b>	<b>200,532,941</b>	<b>0.73</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>14,103,205</b>	<b>19,465,080</b>		<b>12,268,012</b>	<b>16,711,078</b>	
<b>% CRECIMIENTO ANUAL</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>-1%</b>	<b>-3%</b>	<b>0%</b>	<b>-3%</b>

Fuente: AGRODATAPERU, 2018

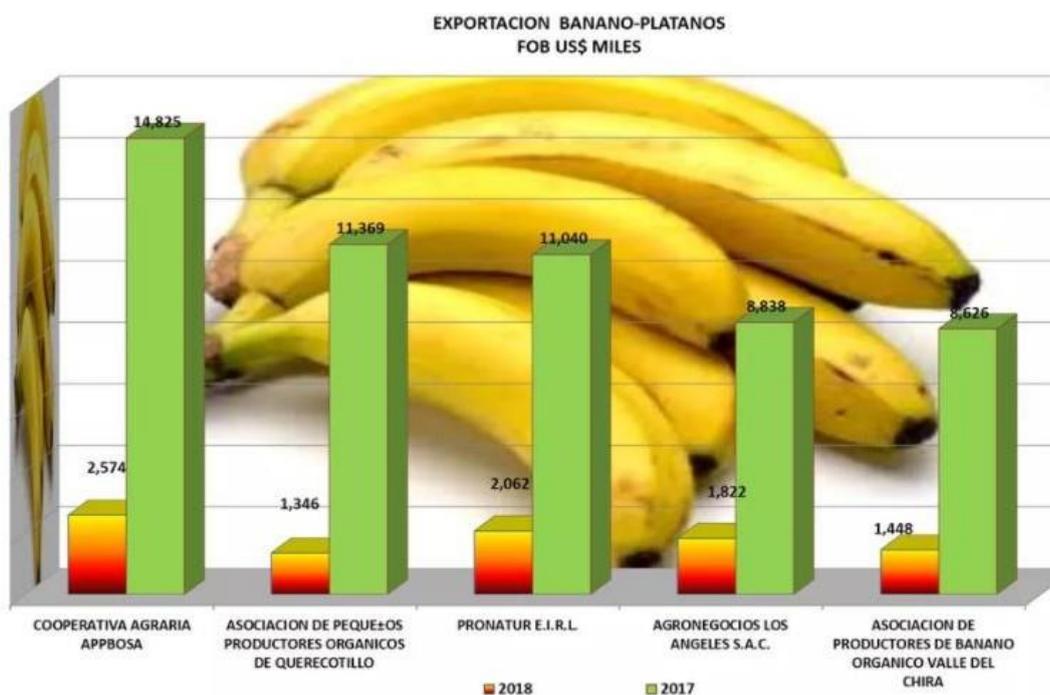


Figura 2. Exportación de Banano orgánico (FOB \$ miles).  
Fuente: AGRODATAPERU, 2018

## 2.2.2. Plan de exportación

### 2.2.2.1. Definición

Según la Global Negotiator (2002, p. 2) considera el plan de exportación como una herramienta necesaria para cualquier tipo de empresa que pretenda hacer conocidos tanto productos como servicios en los clientes del exterior y mantener un enfoque rentable con los mejores precios y mayores oportunidades de negocios.

El plan de exportación es un documento que orienta al gerente hacia qué lugar direccionar su accionar que le permitan cómo lidiar sus productos a nuevos escenarios comerciales de

índole mundial con el intento de obtener exportaciones con mayor rentabilidad.

#### **2.2.2.2. Características**

Según Lerma y Márquez (2010) considera que el plan de exportación tiene las siguientes características:

- ✓ **Debe ser sencillo:** Para poder ser ejecutado y lograr el éxito empresarial.
- ✓ **Realista:** la utilización de los componentes objetivos que le permitan alcanzar el objetivo.
- ✓ **Congruente:** La eficiencia suele estar reñida con lo difícil, complejo e innecesariamente extenso.

Por otro lado, la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas (2017) propone como características:

**1. Favorece el proceso de internacionalización de la empresa frente a la aceleración y dinamismo del comercio mundial:** está referida a la formulación de estrategias es un factor clave para aprovechar las oportunidades comerciales, reducir los riesgos inherentes al proceso de la gestión de exportación y definir el mecanismo para el posicionamiento de la empresa frente a las barreras de entrada - salida de un mercado. (Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas ( FOES), 2012, p. 2)

**2. Compromiso y sinergia organizacional:** *“corresponde al compromiso de actuación por parte de todos los niveles según la estructura funcional u organizativa de la empresa, de tal manera que todos sus integrantes se comprometen con el proceso y concentran su atención en las estrategias y objetivos de la organización.”* (Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas ( FOES), 2012, p. 2)

**3. Concienciación y motivación:** Si bien es cierto existen reacciones diversas y en ocasiones adversas, cuando se hace referencia a la elaboración de un proyecto de exportación, lo primero que habría que aclarar que este no debe ser un obstáculo sino más bien una oportunidad, en la medida que le permitirá a la compañía comprender a la competencia. *“También cuestionar su grado de preparación para pasar de los planes de negocios y estrategias funcionales a la gestión real de los recursos y planes de operación, entonces debe concientizarse y motivar al personal para la adopción del plan de exportación. Como parte de la cultura organizacional de la empresa, también como una nueva forma de hacer negocios, mejorar el desempeño y lograr la competitividad internacional”* ( FOES, 2012).

**4. Mejora continua:** *“Dado el dinamismo del comercio internacional y la búsqueda incesante de la competitividad internacional el plan de exportación debe ser flexible en cuanto*

*debe estar sujeto a revisión, correcciones, ajustes, seguimiento y evaluación” (FOES, 2012).*

**5. Ámbito de aplicación:** *“El procedimiento para la elaboración del plan de exportación es genérico, ya que a que puede ser validado o acreditarse como una metodología, sin embargo, los resultados de un plan de exportación son específicos. Es decir, no debe utilizarse un plan de exportación específico para insertarse de la misma forma en mercados o segmentos distintos” (FOES, 2012).*

**6. Identificación de problemas y oportunidades (DAFO):** *“Cuando se formula el plan de exportación, los objetivos y estrategias surgen directamente de los problemas y oportunidades comerciales. Los problemas se centran en las limitaciones de la empresa a nivel interno, así como de su entorno a nivel externo, esto hará que se tomen las medidas correctivas para superar la limitación o situación de amenazas y se proceda a corregir los aspectos negativos.” (FOES, 2012).*

Las oportunidades tienen su origen en las fuerzas o circunstancias positivas. Ni los problemas ni las oportunidades muestran lo que debe hacerse, sino que señalan áreas que requieren atención. Toda estrategia debe indicar que es lo que debe hacerse a partir del análisis de los problemas y oportunidades

comerciales, de ahí la necesidad de implementar el plan de exportación en la organización (FOES, 2012).

**7. Es una inversión:** Dadas sus implicaciones y alcances en el corto, mediano y especialmente el largo plazo, debe ser considerado no como un costo sino más bien una inversión que deparará sus frutos de forma sostenible en el tiempo.

Por último, el proceso de la estrategia que requiere la empresa es el conocimiento de las capacidades propias como las características y situaciones presentes en el mercado internacional; integra un cuerpo de conocimiento sobre el que se aplica la inteligencia, astucia y audacia para distinguir, aceptar y enfrentar los retos que supone abrir nuevos mercados para aprovechar el potencial de negocios que ofrecen.

### **2.2.2.3. Componentes del plan de exportación**

Para la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas (2013) el plan de exportación tiene cuatro componentes: estudio de mercado, proceso logístico, competitividad y barreras arancelarias, según detalle:

**Análisis de mercado;** Tiene como propósito conocer, descubrir oportunidades de negocios externos que sean rentables y viables en tal sentido las instituciones empresariales se vean

comprometidas y motivadas a ejecutarlas, de esa forma se recolecte la información necesaria de los gustos y preferencias de dichos clientes, y sobre todo determinar las estrategias de distribución del producto (FOES, 2013).

**Competitividad;** está relacionada a la caracterización de competidores importantes, intervención en el mercado, ubicación de los establecimientos, la capacidad, planes, relación medios de mercadeo, tecnología de última generación, relación y dependencia con los vendedores, ventajas particulares, marcas de manufactura y licencias en el mercado, los precios, costos del transporte. (FOES, 2013)

#### **Servicios logísticos.**

Según la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas (2013) los servicios logísticos son:

Es la necesidad de planear y dirigir acciones logísticas de la empresa de forma holística que busca el estudio de desplazamiento de recursos que va desde el establecimiento de las carencias de insumos por parte del usufructuario, adquisición de éstos, las materias primas tienen un alojamiento igualmente los productos finales, considerada frente el cliente la distribución y la disposición final, denominada cadena logística o cadena de suministros. También se añade que el progreso que ha ido alcanzando también las comunicaciones, los medios de transportes y los equipos de manipulación de materiales, las nuevas formas de contrato en el comercio internacional, etc., han proporcionado mejores opciones para el diseño y desarrollo del sistema logístico (p.34).

#### **Trámites aduaneros.**

Los sistemas aduaneros están esbozados para dar sostenimiento a los procesos de importación y exportación, así como aligerar los negocios y disminuir los costos implicados en la

comercialización mundial. También los trámites aduaneros optimizan la conformidad de los requisitos exigidos para las transacciones comerciales internacionales facilitando la contribución para el procesos aduanero, también el Tránsito y presentación, la clasificación y Comunicación electrónica e impresión de documentos (FOES, 2012).

#### **2.2.2.4. Etapas del plan de exportación**

El Plan de Exportación consta de seis etapas:

**Diagnóstico:** comprende la observación intrínseca de la empresa considerando las capacidades competitivas en razón a los mercados exteriores. Seguido a ello se analiza las tendencias mercantiles, políticas, sociales, entre otras que corresponden al análisis externo (FOES, 2013).

**Selección De Mercados:** Radica en la opción entre la estrategia de concentración o la llamada estrategia para la diversificación que permita elegir los mercados(FOES, 2013).

**Formas de Entrada:** Es la etapa decisiva para la viabilidad del plan de exportación y pueden ser mediante: la exportación de forma directa, emplear un agente comercial, elección de importador-distribuidor, contratación de los servicios de Trading, empleo de los Piggyback, la adquisición de acuerdos de Licencia y de Franquicia, entre otros(FOES, 2013).

**Oferta Internacional:** tiene por propósito la selección de los productos que cumplan con ciertas características de calidad para ser expuestos en las ferias (FOES, 2013).

**Política de Comunicación:** consiste en constatación si la marca corporativa a nivel nacional aplica favorablemente en los mercados exteriores, de no ser así se sugiere el esbozo de una nueva marca. Para promocionar la organización en el exterior pueden ser utilizadas las mismas estrategias empleadas a nivel nacional (FOES, 2013).

**Plan Económico:** “siendo la última fase que prevé los aspectos financieros conde los objetivos de venta que consigna la delimitación espacial y temporal y la precisión, también considera la cuenta que favorece explotación de forma previsional” (Llamazares, 2002, p. 8).

En conclusión, es importante la planificación de las actividades empresariales para evitar riesgos que demande los mercados internacionales. En tal razón, es primordial que la organizaciones a manera preventiva formule un Plan de Exportación, “por ser un documento que establece los objetivos, de forma eficiente para asignar los recursos y estipular qué países son permisibles para colocar sus productos, así como la forma de

conseguir clientes y concebir ofertas competitivas” (Llamazares, 2002,pp.12).

#### **2.2.2.5. Producto: *Banano***

Para Villa y Yupanqui (2009) en sus indagaciones encontraron que en 1981, empezó el cultivo del banano convencional para exportación. El distrito de Querecotillo alcanzo hasta 350 dedos por racimo mejorando la producción de banano. Gracias al margen de ganancia (S/.10, 000) por hectárea anual los productores han apostado por dedicar más tierras al cultivo y manejo del banano orgánico.

En 1983, el fenómeno de El Niño ocasiona cuantiosas pérdidas (1,080 hectáreas) sembradas de arroz en Cerro Mocho y en la mayoría de los cultivos de Mallares. Además, las obras de infraestructura como: canales, carreteras y caminos quedaron destruidos. Concluido las lluvias el arroz mostro una baja sustancial en precio, perjudicando al agricultor que no logro recuperar los costos de producción invertidos para el manejo del cultivo. Razón que los lleva a pensar en sembrar cultivos alternativos al arroz. (Villa y Yupanqui, 2009)

En 1985, el gobierno central impulsa el desarrollo del agro mediante la implementación de créditos agrarios, los cuales no fueron utilizados adecuadamente. Entre 1990 y 1992, se incrementa en un 40% el número de hectáreas de banano. En zonas como Salitral, el gobierno apoya con maquinaria y se facilita el uso del recurso hídrico al ampliarse el canal Miguel Checa. Entre 1997 y 1999, el gobierno apoya la agricultura orgánica dando préstamos para uso de guano de isla. Se implementa el programa de banano orgánico en el Valle de Chira en 1997 liderado por el MINAG y teniendo como socios estratégicos a INIBAP y DOLE (Villa y Yupanqui, 2009, p.78).

El cultivo del banano convencional desde el año 1997 al 2000 adopta una etapa de transición, donde los mismos agricultores participan de asistencia técnica y de capacitación en el manejo agronómico orgánico. Dos años después aparece la empresa GRONSA, quien se asocia con AGRO ORGANIC sosteniendo la sociedad hasta el año 2003 en los distritos de Salitral y Querecotillo, pero a finales del mismo año quiebra GRONSA. La empresa DOLE empieza a producir banano orgánico certificado para su exportación, también tiene su operación la empresa bananera BIOCOSTA SAC, quien empieza con las primeras exportaciones a Japón con poco éxito. Posteriormente, busca alianza con nuevos socios para realizar entrar a Alemania (CEPIBO, 2013).

En el año 2002 la empresa DOLE, consigue la certificación orgánica de OCIA enviando su primera exportación certificada a Europa. A raíz de ésta transformación del cultivo se forman asociaciones de productores de banano orgánico del Valle Chira, donde se certifican un total de 240 hectáreas en Huangalá, Salitral, Samán y Querecotillo. En Piura, las asociaciones están constituidos

por 1,256 productores, con un total de 106,951 hectáreas de cultivo que cuentan con certificación orgánica (CEPIBO, 2013)

### **2.3. Definición de términos básicos**

**Administración;** Chiavenato, (2011) opina que “Es el proceso de organizar, controlar, dirigir y planear el uso eficiente y eficaz de materiales que admita alcanzar los objetivos propuestos en un entorno organizacional” (p.55).

**Agricultura Orgánica;** *“Consiste en un método de agricultura enfocado en una correcta gestión del ecosistema sin empleo de insumos agrícolas. La agricultura orgánica considera los efectos ambientales y sociales que acarrearán la utilización de elementos sintéticos por lo que elimina el uso de insumos entre los que se indican los plaguicidas, fertilizantes, medicamentos veterinarios, especies modificadas genéticamente, semillas, aditivos, conservadores e irradiación. Lo que diferencia este tipo de agricultura es la ejecución de buenas prácticas para una correcta gestión del suelo, realizando prácticas de gestión específicas para mantener e incrementar su fertilidad a largo plazo evitando así la propagación de enfermedades o también las plagas en los sembríos”* (FAO, 2016).

**Análisis de mercado:** “Tiene como propósito conocer, descubrir oportunidades de negocios externos que sean rentables y viables donde las organizaciones se vean comprometidas y motivadas a ser ejecutarlas,

de esa forma se recolecte la información necesaria de los gustos y preferencias del producto” (FOES, 2012, p.51).

**Barreras arancelarias;** Son los impuestos que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías”. Es decir, estas regulaciones inciden en el producto a comercializar en algún mercado debido a que sujeto a un arancel” (Sarquis, 2002, pp.5)

**Cadena de suministro;** *“La cadena de suministro engloba los procesos de negocio, las personas, la organización, la tecnología y la infraestructura física que permite la transformación de materias primas en productos y servicios intermedios y terminados que son ofrecidos y distribuidos al consumidor para satisfacer su demanda”* (Price Water House Cooper, 2016,p11).

**Certificación orgánica;** *“La certificación orgánica es un medio de control que garantiza la calidad orgánica que deben contener los productos, generados bajo esquemas de producción orgánico y sostenible. El mismo que es otorgado por una institución acreditada, la cual verifica el acatamiento de la política de producción orgánica que pertenezca. La certificación cerciora la reproducción bajo ciertos estándares ecológicos y/o ambientales, desde el campo de cultivo hasta el mercado.”* (Price Water House Cooper, 2016, p11)

**Competitividad de la empresa:** Es la habilidad de una empresa en mantener el crecimiento constante en cuanto a la capacidad de diseñar, producir o comercializar bienes y servicios. Se mide a través de parámetros de eficiencia y calidad de las demás empresas que compiten en el mercado (FOES, 2012).

**Costo beneficio;** *“Se utiliza para tomar la mejor decisión a un problema a través de un conjunto de procedimientos analíticos enfocados en el establecimiento y selección de las posibles alternativas. El costo beneficio implica tomar decisiones sobre qué insumos considerar, teniendo en cuenta aquellos que den el mejor resultado en el mejor tiempo y costo posible”* (Lozada, 2017).

**Impuestos aduaneros;** *“Son aquellos impuestos que imponen los procedimientos para el tránsito aduanero de las mercancías. Los impuestos de mayor relevancia son los derechos de importación: impuestos al importe adherido, impuestos especiales (el alcohol y todas las bebidas derivadas, sobre la cerveza, entre otros) y derechos menores como de almacenaje, de depósito, entre otros”* (Enciclopedia Jurídica, 2016).

**Incoterms;** *“Son reglas que comprenden términos nacionales e internacionales, las cuales fueron establecidas por la Cámara de Comercio Internacional. Estas reglas tienen como fin facilitar negociaciones globales definiendo de forma prescrita las obligaciones y derechos que asumirá el comprador (Importador) y vendedor (Exportador). Estas describen tanto los*

*costos, tareas y los riesgos referentes a la mercancía que la compañía proveedora entrega a la empresa compradora. Cabe indicar que para que un incoterms sea aplicable, debe especificarse en el contrato de compraventa” (PROECUADOR, 2010).*

**Intermediarios;** *“Se lo define como una institución o individuo que funciona como un nexo entre productores y consumidores, ya sea llegando a un acuerdo del que difieren las partes sin la adquisición del producto negociado o a su vez, adquiriendo el producto objeto de negociación asumiendo riesgos y responsabilidades” (Espinosa y Mosquera, 2012).*

**Logística;** *“Es el planeamiento y control de todas las actividades relacionadas con el suministro, fabricación y distribución de los bienes y servicios de una empresa” (Gerencia y Negocios en Hispanoamérica, 2016).*

**Plan de Exportación:** Según el sitio web de (Llamazares, 2002) refiere que un Plan de Exportación debe estructurarse en etapas claramente diferentes siguiendo el orden secuencial de las operaciones de comercio internacional, donde analicen cada uno de los aspectos claves de la estrategia de la empresa en relación a los mercados internacionales.

**Precio CIF;** *“Es un incoterms a través del cual el proveedor obliga a contratar el transporte desde el lugar de origen al de destino acordado existiendo un punto específico pactado en el marco de la zona de destino para la mercancía. Es el vendedor el que se encarga de los riesgos y costos*

*del transporte por una ruta y buque usual al que se utiliza para transportar dicha mercancía. Siendo el caso, el vendedor que está obligado a pactar un seguro con cobertura mínima, es decir que debe cubrir como mínimo el precio establecido en el contrato más un 10%. Este seguro debe cubrir todo el tramo de la mercancía desde el lugar de embarque hasta su desembarque” (Proecuador, 2016).*

**Precio FOB;** *“Es un incoterm denominado “Free On Board” o “Libre a Bordo” a través del cual el vendedor se desliga de cualquier tipo de obligación una vez deje la mercancía negociada embarcada en el barco en el puerto de origen. En algunos casos por solicitud del cliente, el proveedor tendrá que realizar la negociación del envío, pero a correr peligros y precio del comprador. La mercancía debe ser entregada en el plazo acordado y en el caso de no acordarse un punto de carga específico, el vendedor está en su derecho de elegir en qué punto de carga entregar la mercancía según su conveniencia” (Proecuador, 2016).*

**Productos con certificado orgánico;** *“Productos cuyo proceso de producción, almacenamiento, manipulación y comercialización deben ir acorde a especificaciones técnicas establecidas (normas), concedidas por organismos de acreditación especializados” (FAO, 2016).*

**Rentabilidad;** Para Gitman (2008), considera que la rentabilidad es entendida como medida que asocia las ganancias de la empresa con el record de ventas, también asume los activos o el propio capital. Además

consiente valorar las ganancias de la organización con respecto a la inversión. En tal sentido, es necesario que una sociedad produzca utilidades.

**Servicios logísticos:** Es la necesidad planear y dirigir acciones logísticas de la empresa como un todo y que trata del estudio del movimiento de materiales que comprende desde la determinación de las necesidades de materiales por el usuario (cliente / usuario), adquisición de éstos, almacenamiento de materias primas y productos finales, distribución y la disposición final ante el cliente, denominada cadena logística (Castro, 2000).

**Trámites aduaneros:** “Son todas las actividades relacionadas con el tráfico de mercancías sometidas a la potestad aduanera. Se realizan diariamente en un país para cumplir con el proceso de nacionalizar las mercancías que son objeto de una operación del comercio internacional” (SUNAT, 2016, pp.5).

## **2.4. Variable**

## **2.5. Definición conceptual**

### **V1: Plan de exportación**

Es la guía o documento que le muestra al empresario hacia donde debe dirigir su esfuerzo exportador, y como competir con sus productos y servicios en el mercado internacional con el fin de lograr el éxito. Es uno de los documentos más complejos de la planeación estratégica, puesto que la empresa forma parte activa de los factores del entorno internacional. En las exportaciones, la empresa se inserta en el ámbito exterior, lo cual supone una mayor capacidad de toma de decisiones acertadas, más información, mejor capacidad de personal, entre otras exigencias (Lerma y Márquez, 2010, p.54).

#### **2.5.1.1. Definición operacional**

Se refiere a todos los principales procesos y actividades donde la empresa debe concentrar sus esfuerzos para poder competir con el mercado internacional teniendo en cuenta los componentes que la conforman con son: el análisis de mercado, competitividad de la empresa, servicios logísticos y los trámites aduaneros.

### 2.5.1.2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	Indicadores	ESCALA
<b>Plan De Exportación</b>	<p>Es la guía o documento que le muestra al empresario hacia donde debe dirigir su esfuerzo exportador, y como competir con sus productos y servicios en el mercado internacional con el fin de lograr el éxito.</p> <p>Es uno de los documentos más complejos de la planeación estratégica, puesto que la empresa forma parte activa de los factores del entorno internacional. En las exportaciones, la empresa se inserta en el ámbito exterior, lo cual supone una mayor capacidad de toma de decisiones acertadas, más información, mejor capacidad de personal, entre otras exigencias (Lerma y Márquez, 2010, p.54).</p>	<p>Se refiere a los principales procesos y actividades donde la empresa debe concentrar sus esfuerzos para poder competir con el mercado internacional.</p> <p>Se aplicara una encuesta considerando las dimensiones de análisis de mercado, competitividad de la empresa, servicios logísticos y los trámites aduaneros.</p>	<b>Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oferta</li> <li>✓ Demanda</li> <li>✓ Oportunidades de negocio</li> <li>✓ Precio</li> </ul>	Nominal Ordinal Intervalo
			<b>Competitividad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrategias</li> <li>✓ Productividad</li> <li>✓ Posicionamiento</li> <li>✓ Mejora Continua.</li> </ul>	Nominal Ordinal Intervalo
			<b>Servicios Logísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transporte</li> <li>✓ Almacenamiento</li> <li>✓ Distribución</li> <li>✓ Proveedores</li> <li>✓ Comercialización</li> </ul>	Intervalo
			<b>Trámites Aduaneros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Documentación</li> <li>✓ Certificaciones</li> <li>✓ Incoterms</li> </ul>	Intervalo

## CAPITULO III METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y nivel

#### 3.1.1. Tipo de estudio

Según la función que cumple la investigación es aplicada porque supone una solución a un problema en la sociedad (Hernández, Fernández y Bautista, 2014). A partir de la producción de banano orgánico, creando nuevas fuentes de ingreso para los pequeños productores del distrito de La Matanza en la provincia de Morropon.

#### 3.1.2. Nivel de estudio

El nivel de la investigación es descriptivo (Hernández, *et al.* 2014), porque solo se observó y describió fenómenos sin la intervención del investigadora, es decir no solo identificó y describió los componentes del plan de exportación(análisis del mercado, la competitividad de la empresa, los servicios logísticos y los trámites aduaneros y tasas arancelarias).

### 3.2. Descripción del ámbito de la investigación

El distrito de La Matanza se encuentra ubicado en la parte sur oriental del departamento de Piura, en la provincia de Morropón a 116 msnm, a 05°12'27" del Meridiano de Greenwich latitud sur y 80°05'09", de

longitud oeste distante a 68 Km de Piura (Plan concertado de Morropón 2015)



Figura 3. Distrito de la Matanza  
Fuente. Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (2015)

El Distrito de La Matanza presenta una economía apoyada en la agricultura y la ganadería, siendo la primordial fuente de desarrollo económico para el distrito. Se cultivan productos para comercializar en el mercado local, nacional e internacional. Entre los cultivos que destacan está el algodón Pima, el maíz perla, el mango, el limón, el banano certificado orgánico, frijoles entre ellos el caupi, etc.

Las características de las tierras admiten que las familias siembren diversidad de productos durante el año, aunque el riego está supeditado a la disponibilidad de agua producto de las lluvias provenientes de Huancabamba y Morropón.

### 3.3. Población y muestra

#### 3.3.1. Población

Hernández *et al.* (2014) afirman que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones, o en sí, la serie de unidades o fuentes de datos que conforman un todo” (p.198). La población interna objeto de estudio está determinada por las asociaciones productoras de Banano orgánico en el distrito de La Matanza, son 180 operadores de la organización Agro Pacha S. A y 166 productores de las asociaciones de productores de banano orgánico de la provincia de Morropon (Peña, 2017).

**Tabla 3**  
*Población de trabajadores de Agro Pacha S. A*

PERIODO	Nº TRABAJADORES
2018-03	180
2018-02	180
2018-01	178
2017-09	180
2017-08	180
2017-07	185
2017-06	190
2017-05	192
2017-04	182
2017-03	195
2017-02	179
2017-01	159
<b>TOTAL</b>	

Fuente. Registro de personal de Agro Pacha S. A

### 3.3.2. Muestra

La muestra es una cantidad pequeña de población total para ser empleada solo una parte de ella mediante métodos para someterla a estudio (Hernández *et al.* 2014). Se considera como muestra finita al 95% de confianza, con la probabilidad de 5% de margen de error.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

**Dónde:**

N = Población (180 colaboradores de Agro Pacha S. A)  
(166) productores de banano orgánico.

n = Muestra para calcular (?)

Z = Nivel de Confianza 1.96 (95%)

P = Probabilidad de Ocurrencia (50%)

Q = Probabilidad de NO ocurrencia (50%)

E = Error Muestral (5%)

$$n = \frac{Z^2 \alpha \times N \times p \times q}{e^2(N - 1) + Z^2 \alpha \times N \times p \times q}$$

Cálculo de muestra de colaboradores de Agro Pacha S. A

$$n = \frac{1.96^2 \alpha * 180 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 (180 - 1) + 1.96^2 \alpha \times 180 \times 0.05 \times 0.95} = 123 \text{ colaboradores}$$

Cálculo de muestra de Asociación de Pequeños/as Productores de Banano orgánico de Piura

$$n = \frac{1.96^2 \alpha \times 166 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2(166 - 1)1.96^2 \times 0.05 \times 0.95} = 116 \text{ productores}$$

Se obtuvo la muestra de 123 colaboradores de la empresa y 116 miembros de la Asociación de Pequeños productores de Banano orgánico del distrito de La Matanza.

### 3.3.3. Muestreo

Se empleó el muestreo “probabilístico simple, considerado como todos los componentes que forman el universo, descrito en el marco muestral y tiene la posibilidad de ser parte del estudio” (Hernández *et al.* 2014, p.192). Es decir, fueron considerados los integrantes de la Asociación de pequeños productores de banano orgánico del distrito de La Matanza y los colaboradores de la empresa Agro Pacha S.A.

### 3.3.4. Criterios de selección

La muestra cumple con los siguientes criterios de inclusión y selección

#### Inclusión

- ✓ Asociación de pequeños productores de banano orgánico del distrito de La Matanza.
- ✓ colaboradores de la empresa Agro Pacha S. A con más de un año de servicio.

### **Exclusión**

- ✓ Aquello no que no cumplen con los criterios de inclusión.

### **3.4. Técnicas e instrumentos**

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron:

#### **Encuesta**

Se aplicó una encuesta a las unidades de análisis para obtener el diagnóstico del mercado potencial, accesibilidad al producto, medios de comercialización, políticas de marketing y los recursos necesarios (Hernández *et al.* 2014).

#### **Entrevista**

La entrevista es el intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se realiza entre dos personas donde un entrevistador es el designado para preguntar (Hernández *et al.* 2014). Se aplicó la entrevista al representante de la empresa para conocer información general de su representada.

Los instrumentos que fueron aplicados.

#### **Cuestionario**

El cuestionario fue respondido por los productos de banano orgánico de la asociación y los colaboradores de la empresa.

#### **Guia de entrevista:**

Se formuló preguntas al gerente de la empresa.

### **3.5. Validez y confiabilidad de los instrumentos**

#### **3.5.1. Validez**

Hernández *et al.* (2014) sostiene que la validez de contenido está referida al grado en que el test presenta una muestra adecuada de los contenidos a los que se refiere, sin omisiones y sin desequilibrios de contenido.

Para efecto del estudio se calculó la validez de contenido mediante la técnica de “Juicio de expertos” a partir de las valoraciones emitidas por cada uno de ellos (03) respecto a la coherencia, claridad, pertinencia del instrumento. El resultado de la validez arrojó como resultado que es aceptable para ser aplicada.

#### **3.5.2. Confiabilidad**

Para Hernández, *et al.*, (2014) el término confiabilidad es “el instrumento de medición referido a la aplicación de una prueba aplicada a diferentes sujetos que no son parte de las unidades de análisis obtiene similares resultados” (p.118)

La confiabilidad se obtuvo mediante la “Prueba Piloto” que calcula el coeficiente de Alpha de Cronbach, donde los resultados determinarán la consistencia interna (Hernández *et al.* 2014). En la investigación se obtuvo el coeficiente de Cronbach de 0.92 en el cuestionario de colaboradores, 0,864 del cuestionario de los pequeños

productores de banano orgánico del distrito de la Matanza, y 0.971 de la guía de entrevista del gerente de Agro Pacha S.A. Resultados que permitieron afirmar que los instrumentos resultaron ser válidos y confiables para recoger datos.

### **3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos**

Los datos fueron procesados mediante el software SPSS versión 22; considerando las tablas de frecuencias. La recolección de datos se realizó durante el periodo que duró la investigación y para ello se estimó conveniente un mes para la ejecución del plan de recolección y la elaboración de datos como se detalla.

- ✓ Elaboración de la cuadro de operación de variables
- ✓ Definición de indicadores
- ✓ Elaboración de instrumentos
- ✓ Validación de los instrumentos
- ✓ Aplicación de los instrumentos
- ✓ Análisis e interpretación de resultados mediante tablas y/o figuras

## **CAPITULO IV: EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO**

### **4.1. Descripción del entorno**

#### **4.1.1. Exportaciones peruanas al mundo**

En este apartado se presenta una visión general sobre la exportación que tiene el Perú, que lo convierte en puesto 52º en cuanto a la economía de exportación en el mundo. En el año 2017 consiguió exportar \$44,8 miles de millones e importó \$ 38 miles de millones, siendo el saldo comercial positivo de 6,84 miles de millones (Atlas, 2017).

Las exportaciones más recientes son lideradas por la exportación de mineral de cobre que representa el 26,9% de las exportaciones totales de Perú, seguidas por Oro que representa el 15,9%. Los principales países importadores de Perú son China (48,775 miles de millones), seguido de Estados Unidos (\$6,77 miles de millones), Suiza (\$2,47 miles de millones), Corea del Sur (\$2,19 miles de millones) y España (\$2, 000 millones) (Atlas, 2017).

En lo que respecta a la balanza comercial, el Perú en el año 2017 resultado positiva de \$ 6,84 miles de millones de las exportaciones netas. En comparación con la balanza comercial negativa en el año 1995 de 2,01 miles de las importaciones netas (Atlas, 2017).



Figura 4. Balanza comercial de Perú  
Fuente. Atlas media (2017)

#### 4.1.2. Sector agroindustrial peruano

En el Perú, según el informe de la Asociación de Exportadores (ADEX) existen 2,398 empresas que se dedican a exportar productos agrícolas, en lo que fue del 2017 que constituye el 78% consiguiendo un valor de \$ 1,000 millones anuales, pasando a facturar de 716 a 1,874 durante 17 años, significando un incremento de 162% (Comercio, 2018).

Es decir las empresas agrícolas exportaron más de \$ 1,000 al año, pasando de 794 a 2,398, representando una incremento de 202%. Generalmente las empresas agroexportadoras se encuentran ubicadas en los departamentos de Ica, Piura, La Libertad y Lambayeque. La oferta agroexportadora peruana en el año 2016 consiguió ubicarse y posesionarse en 144 mercados; de ello el 48% fue importado por

Estados Unidos y Países Bajos. No obstante cabe rescatar que Rusia presento un comportamiento inusual de \$70,000 a 40,000 entre los años 2000 al 2017.

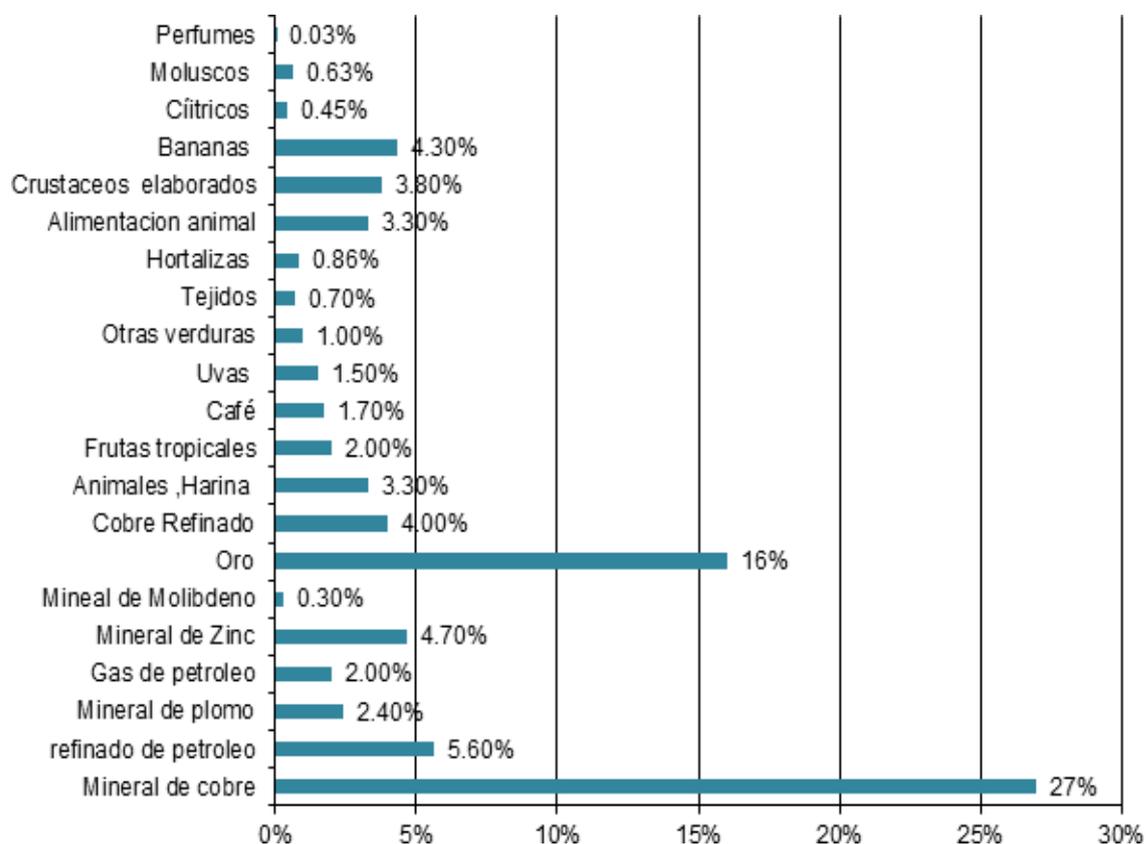


Figura 5. Exportaciones peruanas al mundo  
Fuente. Atlas media (2017)

Situación que se ve reflejada en la diversidad de productos que exportó Perú a los diferentes destinos respecto a perfumes, molusco, cítricos, banana, crustáceos, alimentación de animales, hortalizas, tejidos, uva , otras verduras, cae frutas tropicales, animales, harina, en cuanto a los minerales : se encuentra el cobre refinado, el oro, mineral de Zinc, Gas de petróleo, mineral de Plomo, refinado de petróleo minera

de cobre, entre otros. Claro está unos tiene mayor o menor participación en las exportaciones que realiza el Perú a mundo (Comercio, 2018).

#### 4.1.3. Sector agroindustrial de California

Los agricultores de Estados Unidos y California, hoy día están produciendo productos de alta calidad y los venden al resto del mundo en un nivel nunca antes visto en la historia. Según el secretario de Estado Mike Pompeo en entrevista manifestó que hoy los agricultores californianos están produciendo a un nivel que sorprenden al mundo (SHAREAMERICA, 2019).

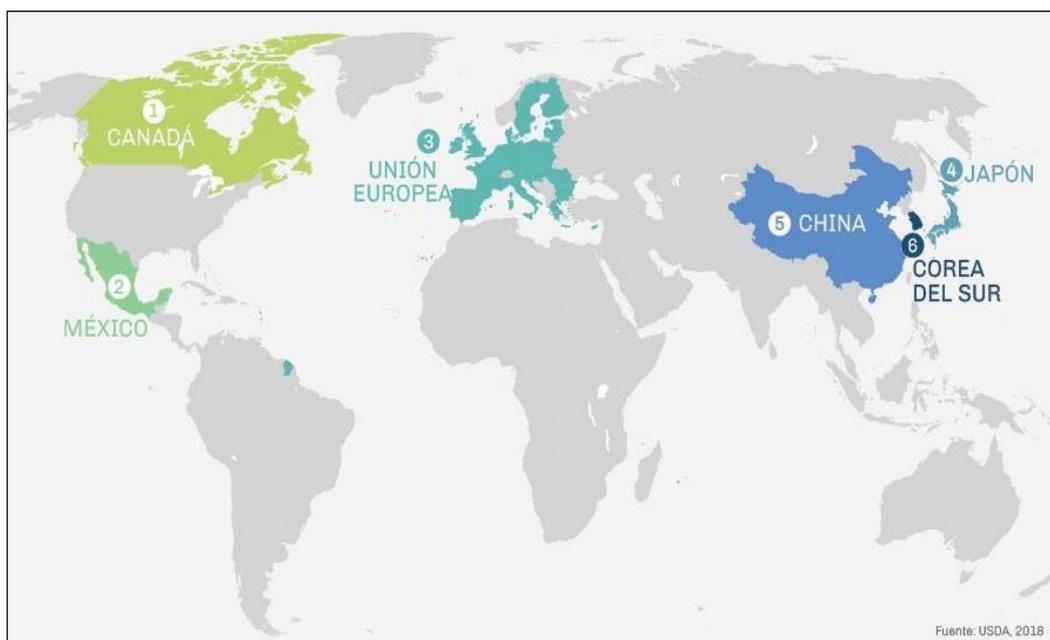


Figura 6 Principales mercados de las exportaciones de California-EE.UU. (2019) Departamento de ESTADO /J.Maruszewki.

Es reconocido que Estados Unidos, es el principal exportador de alimentos por el valor de US\$ 139,500 millones de productos agrícolas en lo que se refiere al 2018, consiguiendo un incremento de 1,500 millones respecto al año 2017. Estados Unidos cuenta con cinco

principales exportaciones agrícolas para el mundo: la soya, el maíz, furos secos, algodón la carne de res y el trigo (SHAREAMERICA, 2019).

En Estados Unidos se cultivan maíz, soya y algodón que son las más grandes exportaciones en los estados de Illinois, Iowa, Nebraska y el trigo es sembrado en los estados de Kansas, Dakota, Montana y Washington (SHAREAMERICA, 2019).

Se calcula que para el 2050 la demanda mundial de alimentos se incremente en 60%, para lo cual California ya está alistando nuevas prácticas agrícolas y establecerá segmentos de mercado para lo cual piensa en eliminar barreras arancelarias.

En lo que respecta a California que es el objeto de estudio en la presente investigación, desde los años 1979 ha sido el estado que dio lugar a la alimentación ecológica, siendo el primero en regular la producción y comercialización de alimentos de tipo orgánico. Fue desde esta fecha que este mercado ha logrado importante salto cualitativo en los últimos años. No solo en la cantidad de empresas, sino también en los productos participantes y por último en el incremento de las ventas (Elexportador, 2016).

Según el departamento de agricultura y alimentos en California ha sido el destino del 40% de la mayoría por no decir todos los

productos orgánicos vendidos a Estados Unidos. En el año 2017, también lo hizo en el siguiente año y se estima para el 2019 la venta asegurada. No obstante, los intercambios de materias primas y productos procesados orgánicos alcanzaron un valor de US\$ 9,000 millones (Elexportador, 2016).

California es considerado el principal y más grande estado de productos agrícolas, que representa el 11% de la producción total de alimentos de estados Unidos (aproximadamente 80,500 exportaciones) A pesar de la falta de lluvias que caracteriza a este estado tiene a favor el uso de riego y el clima que varía de acuerdo a la zona lo que favorece la agricultura (Elexportador, 2016).

**Tabla 4**  
*Ranking de las 10 productos más exportados de California (2017)*

<b>Grupo</b>	<b>Ranking</b>	<b>Valor \$</b>
Almendras	1	1,220,082,000
Uvas	2	951,231,000
Aves de corral	3	605,610,000
Pistachos	4	517,043,000
Leche	5	441,214,000
Mandarinas	6	427,934,000
Ganado y terneros	7	433,819,000
Tomates	8	295,092,000
Duraznos	9	211,639,000
Naranjas	10	203,505,000

Fuente. Departamento de Agricultura del Condado de Fresno

Vargas (2019) refiere que “El estado de Fresno County Farm Bureau, alberga 760,000 hectáreas que son las más productivas del

mundo, y su valor es de 1,85 millones de hectáreas en las que crecen 350 diferentes cultivos” (pp.3).

Entre los principales productos que produce California están las uvas (US\$1,100 millones); almendras (US\$1,000 millones); tomates (US\$ 434 millones); algodón (US\$272 millones); melocotones (US\$170 millones); ciruelas (US\$145millones); pistachos (US\$190 millones), ganado vacuno (US\$ 380 millones); leche (US\$1450 millones), y la avicultura (US\$ 729 millones) (Vargas, 2019, pp.3-6).

En el condado de Fresno además de los diez principales productos exportables, también se cosecha productos a los cuales los denominan básicos: las fresas, remolachas azucareras, manzanas, vegetales, conservas de tomate y cantalupos, nueces, mandarinas, albaricoques, agrios (naranjas, mandarinas y otros cítricos), alfalfa, higos y pasas, ganado vacuno de las razas (ayrshires, Guernseys, marron suizo, Jerseys) (Fresno County Farm Bureaau, 2019)

#### **4.1.4. Cooperación Peruana California**

El Perú y California desde el año 2014 firmaron el acuerdo marco de cooperación comercial y de inversiones para la ejecución de programas y proyectos conjuntos en ciencia, tecnología, agricultura, energía entre otros, consolidando de esta manera las relaciones comerciales entre ambas naciones (El comercio, 2014). California es considerado el principal socio comercial del Perú dentro de EE.UU.

“California es considerada la novena economía del mundo y este acuerdo comercial es un paso histórico en la apertura de mercados y captación de recursos externos para fomentar las exportaciones hacia el mercado más potente del mundo” (El comercio, 2014, pp.4). La firma del acuerdo comercial se favorece ambos mercados uno por importar los productos de gran calidad y el otro país por posesionar sus productos en el extranjero.

En el año 2017 California exportó productos provenientes de “Perú por el valor de US\$ 1,100 millones correspondientes a envíos agrícolas (café, espárragos, cítrico y bananos), también importó confecciones textiles y minerales” (El comercio, 2014, pp.6). Es decir Perú está en condiciones de poder satisfacer la demanda del socio comercial.

#### **4.2. Análisis de California como potencia mundial**

California está considerado como el estado más rico del mundo, por su alto ingreso per cápita, su economía está caracterizada por la apertura comercial.

El PBI per cápita real de California del año 2014 fue US\$ 54,196 millones, en el año 2015 se incrementa el PBI Per Capita de 127,000 millones y en el 2016 consiguió los 2,5 billones de dólares. (Elexportador, 2016) Situación que llevo a ubicar a California como la sexta economía del mundo desplazando al Reino Unido, gracias a que el PBI alcanzó 2,75 billones de dólares mientras que el PBI Per Capita del Reino Unido solo consiguió 2,625 billones. En lo que respecta a España el PBI per capita de California el es doble (Sandoval, 2018, pp.4), en lo que respecta al año 2018 el PBI Per Capita fue de 2,513 billones de dólares (datosmacro.com, 2019)

California, tiene 39 millones de habitantes (constituye el 12% de la población de EE.UU.) y contribuye el 14% del PBI del país. California vende después de Estados Unidos (19,4 billones de dólares), China (12 billones), seguida de Japón con 4,87 billones y finalmente Alemania 3,68 billones (Sandoval, 2018). Es decir la economía mantiene los indicadores económicos estables y se augura que la economía californiana tiene tendencia al incremento gracias a las políticas de libre comercio que hacen viable el flujo de productos o servicios.

El principal socio comercial de California es Estados Unidos, mientras que Perú es el décimo séptimo en cuanto a proveedores. Los principales productos entre Perú y California son bananas, peras, minerales frutos, vegetales café, entre otros productos.

### **4.3. Potencia de consumo**

#### **4.3.1. Producción de banano orgánico en California**

California tiene la cuarta parte de su territorio dedicado a la agricultura, es decir alrededor de 25,4 millones de áreas que constituye un poco más de la mitad del total son de pastizales y praderas y solo el 37,3% son para el campo de cultivo. Los campos cultivados representan el 7,6 millones de áreas, el 37% de los campos cosechados están dedicados para huertas y viñedos, el 23% está dedicado al heno y el 15% para el cultivo de verduras (Centros de asuntos agrícolas de la Universidad de California, 2010).

California representa el 11.9% de ingreso agrícola nacional, pero de ello el 2,9% corresponde a pagos del gobierno. Es de conocimiento que la agricultura de California es grande y diversa, compleja y dinámica que cultiva uvas, mandarinas, tomates, duraznos naranjas pero no cultiva el banano por ello es que tiene que acudir a proveedores para poder adquirir esta fruta para llevarlo a los mercados de su estado (Centros de asuntos agrícolas de la Universidad de California, 2010).

#### 4.3.2. Entorno cultural

California con su capital Sacramento posee una extensión geográfica de 423,970 km<sup>2</sup> y tiene una población de 39, 536,653 habitantes mostrando una variación de 0,61% respecto al año 2016, siendo el estado más poblado de Estados Unidos (datosmacro.com,2019, pp.1).



Figura 7 Estado de California - EE.UU

California tiene 93 habitantes por cada Km<sup>2</sup> constituyéndose en el 40° estado de mayor densidad poblacional. Lo que lleva a la investigadora a garantizar la exportación del banano orgánico del distrito de La Matanza hacia el estado de California porque lo convierte en un mercado atractivo no solo por su economía, sino también por ubicarse en el quinto puesto de la población de EE.UU y del mundo, además de su composición multicultural(datosmacro.com, 2019, pp.1).

California se caracteriza por tener un área cultural que tuvo su desarrollo en el territorio actual de California, de Estados Unidos que se convierte en el segundo estado (Alta California) y quinto estado más poblado de la península del mismo nombre en México (Baja California) donde los pueblos nativos tuvieron lenguas, cultural y tradiciones orales comunes que albergó a centenares de inmigrantes (Sondereguer y Punta, 1999, pp.4 )

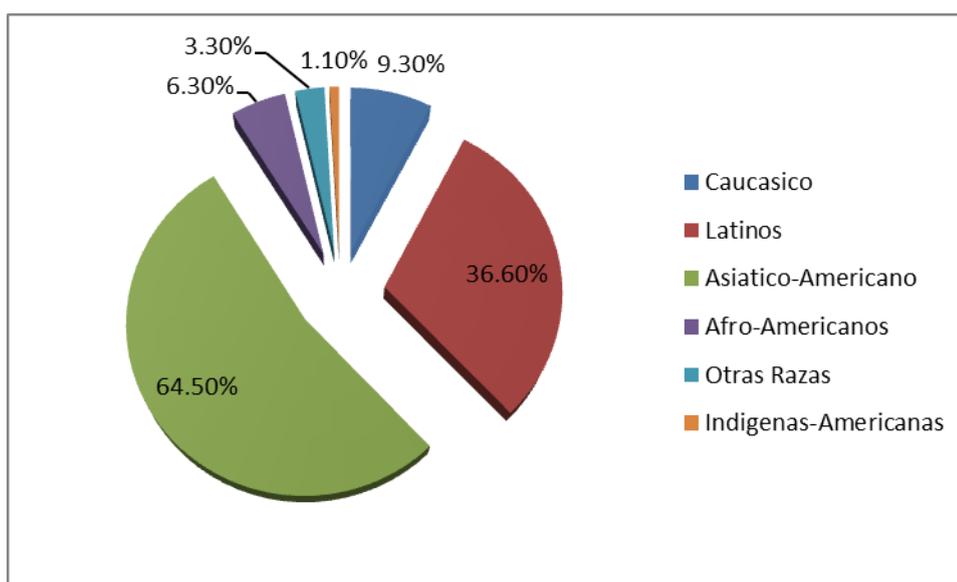


Figura 8 Composición de población por grupos étnicos en California  
Fuente. Measureofamerica(2014)

Como se puede apreciar los Asiáticos –Americanos son los que tienen mayor densidad poblacional (64.5%) , seguida de los latinos que representa el 36.6% de la población total, en cantidad menor están los caucasinios con 9.3%, le siguen en el mismo orden la población Afroamericana (6.3%) otras razas (3.3%) y los indígenas americanos (1,1%) como se puede observar en la figura la población de California en su mayoría son inmigrantes provenientes de diversas partes del mundo que han protagonizado una transición de la población Californiano a la multiculturalidad, que se han ubicado en diversos sectores urbanos donde se han creado mercados especializados para satisfacer la demanda de los nichos étnicos por alimentos exóticos.

California cuenta con 58 condados de los cuales más del 80% de la población se concentra en las ciudades siendo California considerada altamente urbana, donde el condado de San Diego, condado San Bernardino, condado de Alameda, el condado de Butte, el condado de Claveras, condado de contra costas, condado el dorado, el condado de Humboldt, condado imperial son los que tienen mayor densidad poblacional , siendo sus poblaciones de 2,813, 833, y 1,223,499 millones de habitantes en los diferentes condados, confirmando que California que es Estado objeto de estudio es la más poblada.

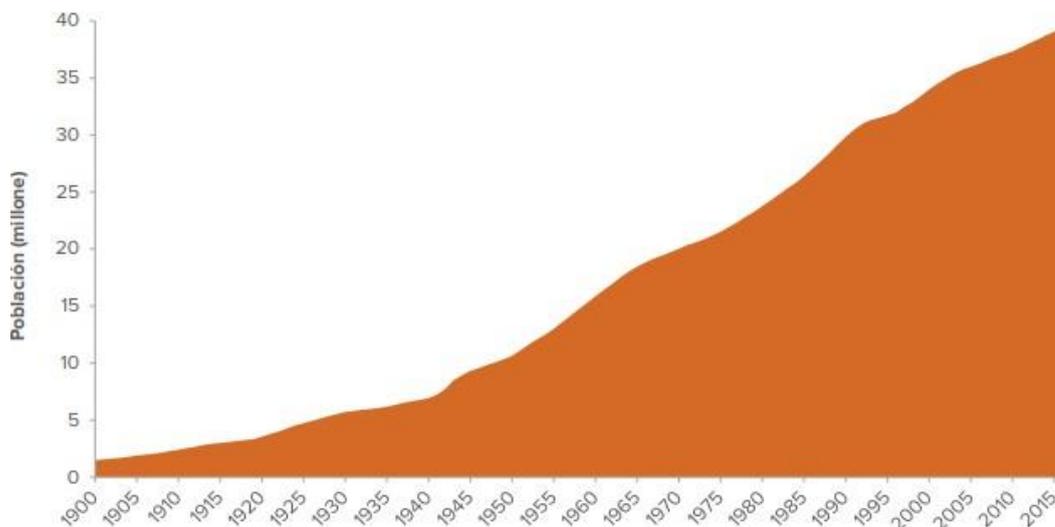
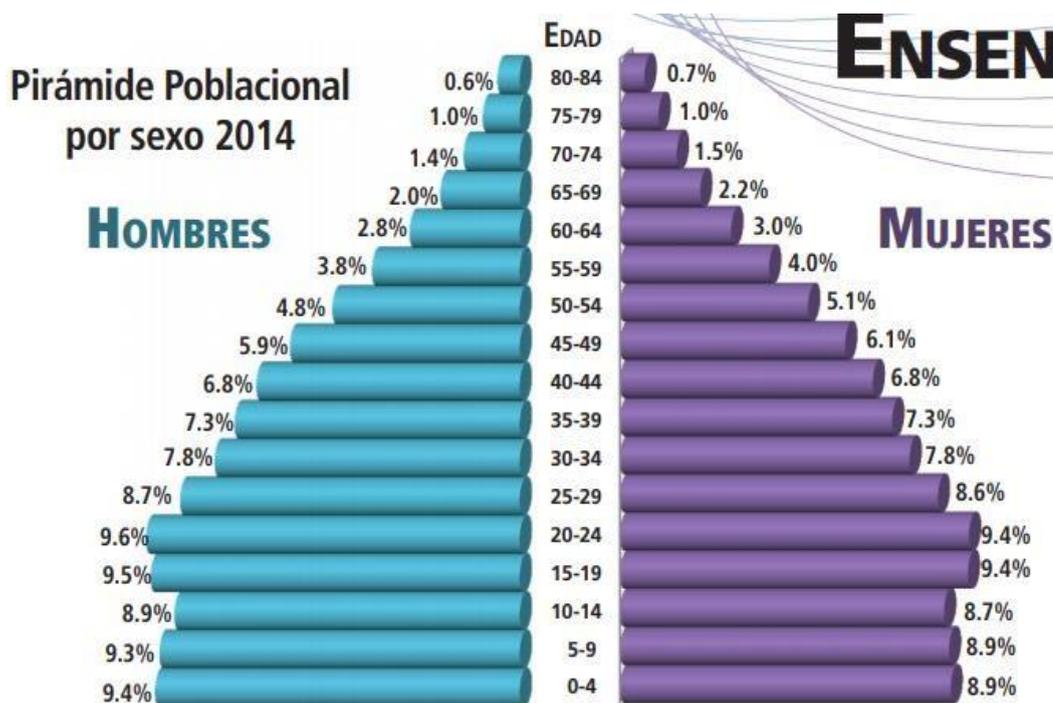


Figura 9 Crecimiento poblacional de California  
Fuente. Estimaciones del departamento de finanzas de California

Se evidencia la estructura poblacional, mostrando un incremento sustancial a partir de año 2000 y se mantiene en incremento hasta el 2015. Lo que no lleva a suponer que este seguirá en forma ascendente, igual se aprecia en la figura de la pirámide poblacional.



Fuente. Población de California según edades CONAPO(2015)

La pirámide muestra la estructura de la población de acuerdo al género y edad, además se muestra un balance entre los géneros y una leve concentración en personas alrededor de los 20 años por el incremento de la expectativa de vida.

## 4.4. Estudio de mercado

### 4.4.1. Sobre el producto

#### 4.4.1.1. Información básica

El banano orgánico tiene los siguientes nombres, según tabla siguiente:

**Tabla 5.**  
*Información del producto*

<b>Nombre</b>	
<b>Comercial</b>	Organic Banana
<b>Científico</b>	Musa Acuminata (group AAA)/ Musa Paradisiaca, Musa cavendishii
<b>Común</b>	Organic Banana

#### 4.4.1.2. Partidas arancelarias del banano

Las partidas arancelarias del banano al igual que sus derivados se muestran en la tabla siguiente:

**Tabla 6.**  
*Partidas arancelarias del banano y sus derivados*

<b>Partida arancelaria</b>	<b>Descripción</b>
0803.10.10.00	Frescos
0803.10.20.00	Secos
0803.90.11.00	Tipo Cavendish Valery
0803.90.12.00	Bocadillo (Manzanito, Orito) (Musa Acuminata)
0803.90.19.00	Las demás bananas o plátanos frescos
0803.90.20.00	Secos

Fuente. Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) 2019

#### **4.4.1.3. Características físicas del banano**

Éste fruto es cultivado con métodos agrícolas naturales sin la aplicación de pesticidas, que contribuyen a la protección del ambiente. Así mismo, es un producto que no solamente es delicioso, también contiene elevado contenido de hierro, potasio y además es fuente de fibra. La transición del cultivo de banano convencional al banano orgánico, tarda entre 1 a 3 años por la permutación en lo que se refiera al manejo agronómicos (Rosales, Tripon y Cerna, 1998).

El cultivo de banano orgánico en el Perú se produce en trópico seco sin lluvias, favorecido porque no presente la enfermedad Sigatoka negra, atacando el cultivo y generando merma en la producción mundial, tal como ocurrió en México y República Dominicana (Rosales, Tripon y Cerna, 1998).

*“En Tumbes, Lambayeque y Piura se está incrementando la cosecha de banano orgánico del tipo “Cavendish Valery”. En el Perú, se exportan con las partidas arancelarias 0803.00.12.00 (Bananas o plátanos tipo Cavendish Valery frescos) y 0803.00.20.00 para plátanos secos o Bananas” (Vizcarra, 2014)*

**Tabla 7.**  
*Ficha técnica del banano orgánico*

<b>Nombre Científico</b>	<b>Musa acuminata (group AAA) / Musa paradisiaca,</b>
Nombre comercial	Organic Banana
Nombre común	Organic Banana
Partida arancelaria	0803001200
Sabor	Dulce, intenso y perfumado
Color	Amarillo o amarillo verdoso
Peso	200gr.
Contenido	Calorías : 85.2 Hidratos de carbono: 20.8 g. Fibra : 2,5 g. Magnesio :36.4 mg. Potasio :350 mg Provitamina A : 18 mcg. Vitamina C :11.5 mg. Ácido fólico : 20 mcg.
Clima	Zona tropical seca
Epoca de siembra	Todo el año
Periodo de cosecha	Mensual , todo el año
Varietades	Cavendish Enano, Valery, Montecristo
Zona de producción	Tumbes y Piura.
Formas de consumo o consumidores potenciales	El banano orgánico puede ser consumido de diferentes presentaciones: licor de banano, vinagre, mermeladas y confituras, puré de banano y banano deshidratado.
Características comerciales del producto	Empaque: cajas de cartón con una serie de orificios a fin de facilitar la circulación de aire frío en los contenedores. Cajas de cartón triple corrugado de 18.3 kg contiene una lámina de papel Krat y funda de polietileno. Cajas de cartón de tipo telescópico de 18 kg aproximadamente.
Principales mercado	Estados Unidos, Bélgica, Países Bajos, Japón, Alemania y Ecuador
Area en producción	100 Hectáreas
Oferta exportable 2017	40 TM,

Fuente .Análisis del Sector Bananero PRO ECUADOR (2013)

#### **4.4.1.4. Morfología y taxonomía**

La planta de banano es una hierba perenne de dimensión grande, y se caracteriza porque sus partes aéreas en un tiempo establecido mueren cayendo al suelo al término del periodo de cultivo. De la plataforma de la planta emerge un brote denominado hijo y tiene la función de remplazar a la madre. La mata se refiere a la planta madre y su hijo y el rizoma que se encuentra subterráneo. (Vergara ,2010).

**El sistema reticular:** encargada de impregnar y transportar el agua así como los nutrientes absorbidos del suelo hacia la planta. El banano tiene un sistema reticular primario y adventicio, y las raíces iniciales se originan en la parte de la superficie central del rizoma, en cambio las secundarias y terciarias tienen su origen en las primarias (MINAGI, 2015).

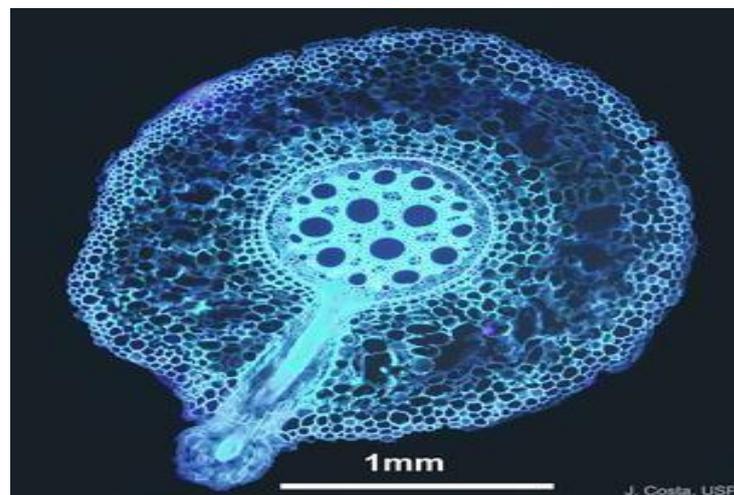


Figura 11 Rizoma  
Fuente MINAGI(2015)

**Seudotallo:** Es la parte de la planta que tiene similar parecido a un tronco formado por un conjunto de vainas foliares que se encuentran superpuestas. El seudotallo es muy carnoso principalmente constituido por agua, muy fuerte que lo lleva a soportar racimos de 50 kg. No termina de crecer alcanzando su máximo tamaño cuando el tallo floral surge en la planta en la parte superior (MINAGI, 2015).



Figura 12 Seudotallo  
Fuente. MINAGI(2015)

**Hoja:** es el órgano fotosintético primordial del banano que surge desde el centro de seudotallo en forma de cilindro enrollado. En el extremo distal que corresponde a la vaina foliar que está en proceso de alargamiento se contrae hasta conseguir formar un peciolo, que permita ser cultivado. El haz de la hoja se denomina superficie adaxial y el inferior se llama abaxial. En cambio las hojas formadas del hijo son rudimentarias son denominadas hojuelas, en cambio las hojas maduras son llamadas verdaderas y contienen vaina, el peciolo, la nervadura central también el limbo (MINAGI, 2015).



Figura 13 Hoja del banano  
Fuente MINAGI(2015)

**Hoja Cigarro:** tiene forma enrollada parecida a un cilindro que finaliza de surgir, esta nueva hoja tiene color blanquecina es muy frágil y va cambiando hacia un color verde normal y reduciendo la fragilidad conforme se produce su apertura. Generalmente el tiempo de desarrollo es de 7 días y si las condiciones climáticas son favorables, de no ser así tardaría entre 15 a más o menos 20 días. Y luego de la emergencia cae la extensión en la punta que termina por marchitarse (MINAGI, 2015).



Figura 14 Hoja cigarro  
Fuente MINAGI(2015)

**Hijo:** es un brote lateral que emerge desde el rizoma y aparece contiguo a su progenitora madre. Cuando este recién asoma la superficie se llama hijuelo pero cuando alcanza la madurez y tiene hojas verdaderas se denomina hijo. Generalmente hay dos tipos de hijos: el hijo espada que se caracteriza por tener hojas estrechas y un grande rizoma, el hijo de agua donde las hojas o petalos son vastas pero el rizoma es pequeño, estos hijos tienen directa conexión pero débil con la madre que no les permite

desarrollarse como un fuerte planta. Al respecto, el número de hijo varía en función al tipo de cultivo.

**Inflorescencia:** Corresponde a una estructura que desarrollo los frutos, y para ello deben de apoyarse en el tallo floral de la planta. El tallo que a su vez surge por el punto que da origen al crecimiento terminal del rizoma y utiliza como vehículo para crear al seudotallo y emerge en la parte superior de la planta, luego que termino de brotar la última hoja de cigarro (MINAGI, 2015).



Figura 15 La inflorescencia emergente  
Fuente MINAGI(2015)

Las pistiladas que son las flores femeninas que primero aparecen, esto se deben a que el ovario se desarrolla un fruto sin semillas mediante partenocarpia. Conforme crece la Bractea expone las flores femeninas que se encuentran amontonadas en cada uno de los nódulos y despliegan manos de frutos y la cantidad de manos en el racimo estriba del genotipo y las condiciones climáticas (MINAGI, 2015).



Figura 16 brácteas abiertas revelan flores femeninas dispuestas en racimos  
Fuente MINAGI(2015)

Conforme las flores femeninas se despliegan en los frutos el fragmento distal de la inflorescencia se prolonga produciendo grupos de flores estaminadas o llamadas masculinas ubicadas debajo de una bráctea. Las flores masculinas producen polen en las yemas que pueden o no ser estériles (MINAGI, 2015).



Figura 17 Flores masculinas  
Fuente MINAGI(2015)

Una tercera flor son las hermafroditas que se presenta en raquis ubicada entre las flores femeninas y las yemas que generalmente no se desarrollan como frutos y menso producen polen.



Figura 18 Flor hermafrodita  
Fuente MINAGI(2015)

#### **4.4.1.5. Composición química**

En la tabla 5, el subgrupo Cavendish agrupa otras tipologías de banano como el Gran enano, Valery, Williams, entre otros. En el norte del peruano se produce la variedad Cavendish–Valery que comúnmente es denominada banano orgánico.

**Tabla 8.**  
*Composición química del banano orgánico Cavendish (100 g)*

<b>Composición química del banano Cavendish en 100 g</b>		
<b>Humedad (%)</b>		68,6-78,1
<b>Proteínas (g)</b>		1,1-1,87
<b>Lípidos (g)</b>		0,016-0,4
<b>Carbohidratos</b>	Total (g)	19,33-25,8
	Fibras (g)	0,33-1,07
<b>Vitaminas</b>	A (UI)	190,00
	Tiamina (B1) (mg)	0,04-0,54
	Riboflavina (B2) (mg)	0,05-0,07
	Niacina (B3) (mg)	0,60-1,05
	B6 (mg)	0,32
	Acido nicotínico (mg)	0,60
	Acido pantoténico (mg)	0,20
<b>Minerales</b>	Potasio (mg)	370,00
	Calcio (mg)	3,2-13,8
	Fósforo (mg)	16,3-50,4
	Hierro (mg)	0,4-1,50
<b>Otros componentes orgánicos</b>	Acido málico (mg)	500,00
	Acido ascórbico (mg)	5,60-36,4
	Ceniza (g)	0,60-1,48
	Acido cítrico (mg)	150,00

Fuente. Valor nutricional del banano. Sistema Integrado de información de Comercio Exterior (SIICEX)

#### **4.4.1.6. Propiedades nutritivas del banano orgánico**

El banano contiene valor nutritivo, de vitaminas B y C, como lo contiene el tomate o similar a la naranja. Pero su contenido proteínico es discreto y el valor de grasas es nulo, también posee sales minerales, entre ellas potasio, hierro, fósforo, y calcio.

**Tabla 9.**  
*Valor nutricional del banano orgánico tipo Cavendish–Valery*

Ración 1 banano (aprox. 160 g)	
Valor energético (kcal)	141.0
Proteínas (g)	1.9
Azúcares (g)	21.0
Fibra (g)	4.2
Carbohidratos (g)	32.6
Lípidos (g)	0.3

Fuente: Información nutricional banana. Vademecum Nutrinfi.

#### 4.4.1.7. Variedades del banano

Existen muchas variedades de banano orgánico, se piensa que existen alrededor de 1000 variedades de banano en el planeta que están, subdivididos en cincuenta grupos. Siendo el Cavendish la variedad producida más conocida para la exportación.

**Tabla 10.**  
*Clasificación de especies de banano*

ESPECIE	GRUPO	GRUPO SUBGRUPO	CLONES	OTROS NOMBRES	
<b>Musa acuminata</b>	Diploide AA	Sucrier	Baby banana	Lady's Finger	
	Triploide AAA	Cavendish	Gross Michel	Gross Michel	Orito
			Gran Naine	Gran Naine	Gran enano
			Dwarf	Dwarf	Cavendish
			Valery	Valery	Robusta
			Lacatan	Lacatan	Filipino
Triploide AAB	Plantain	Williams	Williams	Morado	
		Rojo y Rojo-verde	Rojo y Rojo-verde	Dominico	
<b>Musa balbisiana</b>	Triploide AAB	Plantain	French	French	Barragenete
			Plantain	Plantain	
			Horn Plantain	Horn Plantain	
			Dominico	Dominico	
			Harton	Harton	
			Maqueño	Maqueño	
			Manzano	Manzano	
Limeño	Limeño				
Triploide ABC	Tetraploides AAAB	Plantain	Cuatrofilios	Cuatrofilios	
			Pelipita	Pelipita	
			FHIA 4	FHIA 4	
			FHIA 21	FHIA 21	

Fuente: Análisis del Sector Bananero MINAGRI (2017)

Flores (2016) tipifica a la “Musa paradisiaca como una mezcla de estos dos especie de musa, esto sería Musa acuminata x Musa balbisiana = Musa paradisiaca (plátano) = Musa sapientium (banano)” (p, 33).

El banano es reconocido en el mundo por su sabor y calidad, que permite ser cotizado en los mercados europeos, asiáticos y americanos. Las peculiaridades de la fruta se deben a las condiciones de suelo y climáticas.

#### **4.4.1.8. Producción nacional**

En la página de Tropical Fruits Trading (2014) hace mención que en Perú entre 2010 y 2015, la producción de banano orgánico aumentó en un 94% el 5% de los bananos producidos en Perú y son exportados por los 7,000 pequeños agricultores” (p.23). Es decir, todos los exportadores son productores de banano orgánico.

“Entre 2014 y 2015, las exportaciones aumentaron un 19%, alcanzando US \$ 143 millones y cerca de 190 000 toneladas y los bananos peruanos se exportan a 15 países”(García, 2016, p.32). Entre los destinos más trascendentales esta Estados Unidos, los Países Bajos, Alemania, Bélgica, Corea del Sur, Finlandia y Japón (MINAGRI, 2016).

Herrera (2018) sostiene que "casi todos los bananos exportados por Perú son orgánicos, representando alrededor del 3% de la producción mundial de banano orgánico" (p.11). A lo expuesto por el autor los cultivos convencionales están cambiando a cultivos orgánicos porque es lo que demanda el mercado exterior.

Según las estadísticas de MINCETUR (2018), la producción de banano en 2017 alcanzó 5,500 hectáreas, lo que deja claro que se aproximó al 4% de la superficie total de producción de banano. Los departamentos que concentraron la producción de banano orgánico fueron Piura, Tumbes y Lambayeque, y lo más sorprendente es que fue producida principalmente por agricultores que tenían únicamente tres hectáreas para el cultivo. A fines de los años noventa el Perú inicia una etapa de la transformación del cultivo de banano orgánico en vez del convencional, a la fecha en el Valle del Chira alcanza el 80%.



Figura 19 Banano orgánico  
Fuente: Exportaciones del Perú (2010).

#### **4.4.1.9. Cadena productiva del banano orgánica**

La figura muestra el trayecto que continúa el banano desde la etapa de cultivo a cargo de los productores hasta llegar al consumidor directo, pasando por varios eslabones de la cadena productiva como son los distribuidores para el mercado interno o externo, centros de acopio, mercados locales, industrias que le dan valor agregado y convierten la materia prima en un producto mejor valorado por el consumidor.

En esta cadena también intervienen entidades financieras que brindan el apoyo económico a productores, distribuidores e industriales. Como se podrá apreciar, el banano tiene dos mercados establecidos: el nacional donde el banano termina en el consumidor final como fruta fresca, mientras que en el mercado internacional una gran cantidad de la obtención del banano en estado fresco recibe valor agregado, convirtiéndose en productos elaborados de alta calidad.

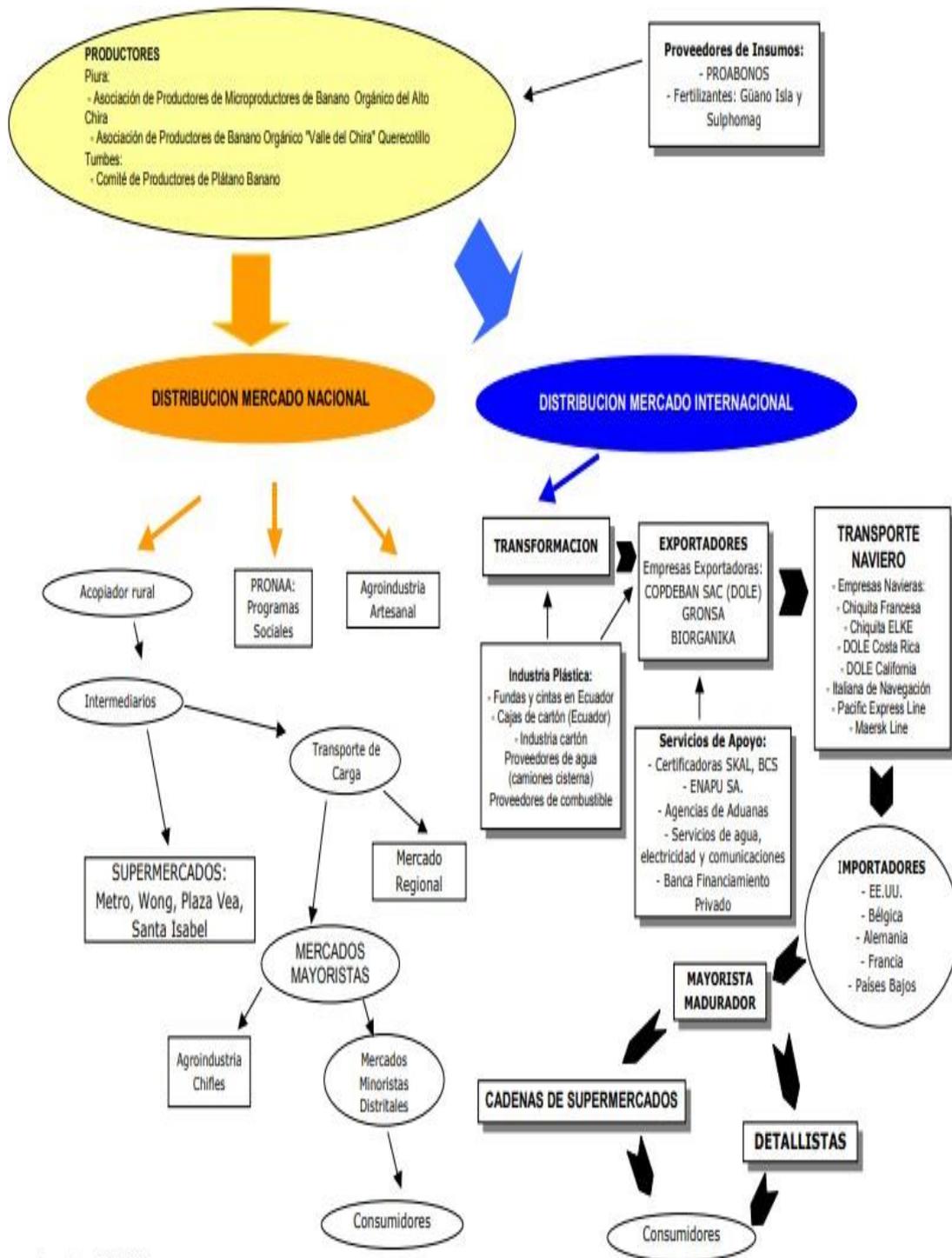


Figura 20 Cadena productiva de Banano orgánico Fuente MINAGI

#### 4.4.2. Análisis de la demanda

##### 4.4.2.1. Demanda histórica

El análisis de demanda del banano orgánico en el mercado de destino se calculó mediante las importaciones realizadas por California según partida 08.03.90.00.25 (bananas tipo "cavendish valery frescos") constituyendo de esta manera la demanda histórica desde el año 2013 hasta el año 2018.

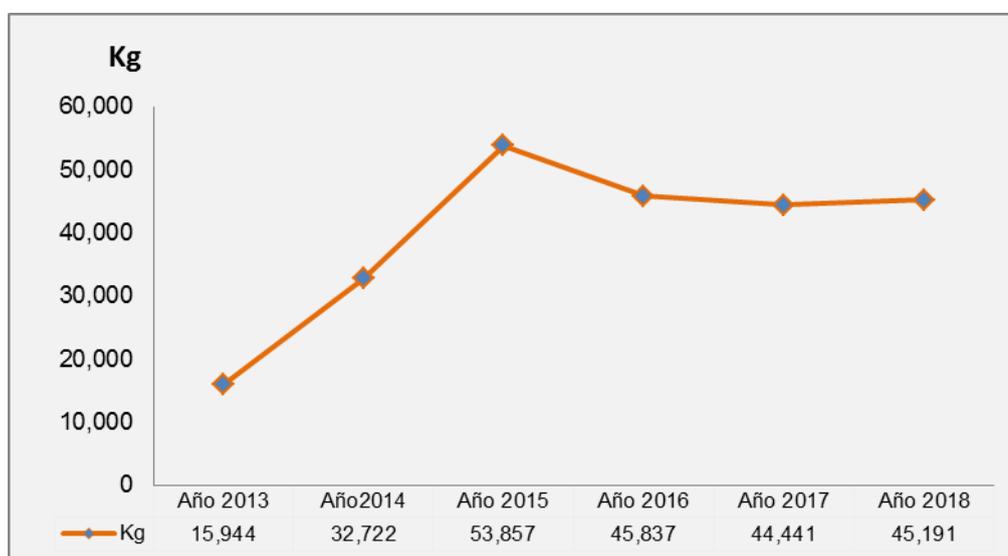


Figura 21 Demanda histórica de Banano tipo Cavendish Valery frescos  
Fuente: TradeMap (2019) importaciones anuales

Existe una tendencia anual al incremento significativo desde el año 2013 ( 15,944 kg ) se incrementa en más del 50% en el año 2014 ( 32,722 kg ) , pero el año 2015 fue el año donde tuvo el pico más alto (53,857 kg). A partir de los tres años siguientes se mantuvo una estabilidad en las importaciones de banano orgánico desde Perú hasta California fue de 45,191 kg, permaneciendo así hasta finales del año 2018 (Trademap, 2019).

Cabe resaltar, que para obtener la demanda histórica real presentada, se analizaron las cantidades demandadas por kg; más no en dólares, permitiendo hacer posibles ajustes e incrementos del precio según en el crecimiento.

**Tabla 11**  
*Demanda actual del Banano orgánico tipo Cavendish Valery*

<b>AÑO</b>	<b>Población Final (Hab)</b>	<b>Consumo promedio x hab. Kg. /hab</b>	<b>Total (Kg)</b>	<b>Total Consumo ( TM)</b>
<b>2013</b>	39,536,653	4.1	162,100,277	162,100.3
<b>2014</b>	39,841,085	4.1	163,348,449	163,348.4
<b>2015</b>	40,147,862	4.1	164,606,232	164,606.2
<b>2016</b>	40,457,000	4.1	165,873,700	165,873.7
<b>2017</b>	40,768,519	4.1	167,150,928	167,150.9
<b>2018</b>	41,082,437	4.1	168,437,990	168,438.0
<b>2019</b>	41,717,542	4.1	171,041,922	171,041.9

Fuente. Consumo de Población de California datosmacro.com(2019)

La demanda del banano orgánico según la población de California tiene una tendencia al incremento en el periodo calculado (se ha considerado la relación de 4.1 kg/ habitante por año). Lo que evidencia que el Estado de California es un mercado prometedor para la comercialización y exportación del banano orgánico porque la población tiene una tendencia al incremento conforme crece la población, sabiendo que California es el estado más poblado después de los Ángeles.

#### 4.4.2.2. Demanda potencial

“Para el análisis de demanda potencia del banano orgánico se tomó en cuenta la demanda histórica determinada en el acápite anterior, donde se ha considerado en cuenta el comportamiento del banano orgánico durante ocho periodos” (2013 al 2020).

**Tabla 12**  
Demanda histórica de Banano orgánico tipo Cavendish Valery

Cantidad demandada	
Periodos	Y
2013	15,944
2014	32,722
2015	53,857
2016	45,837
2017	44,441
2018	45,191
2019	48,191
2020	49,491

Fuente: TradeMap (2019) importaciones anuales

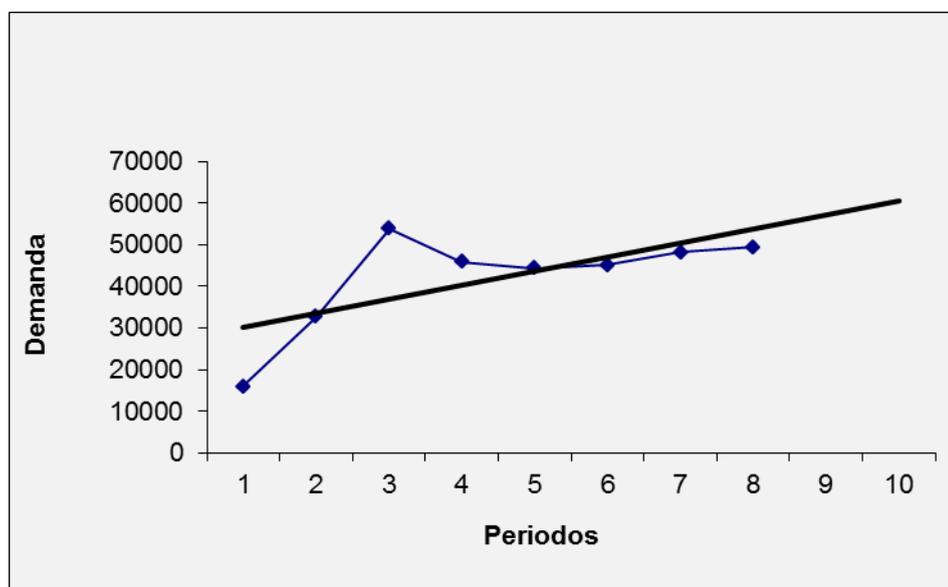


Figura 22 Coeficiente de elasticidad y proyección de la demanda potencial

Existe tendencia a incrementarse durante los tres años (2013 – 2015) pero luego se mantiene estable los siguientes años consecutivos, en algunos años vuelve a disminuir como se aprecia en el año 2017. No obstante en el 2018 muestra una tendencia a incrementar de forma gradual hasta el 2021.

**Tabla 13**  
*Demanda futura del Banano orgánico tipo Cavendish Valery*

<b>AÑO</b>	<b>Población Final (Hab)</b>	<b>Consumo promedio x hab. Kg. /hab</b>	<b>Total (Kg)</b>	<b>Total Consumo ( TM)</b>
<b>2017</b>	41,717,542	4.1	171,041,922	171,041.9
<b>2018</b>	42,038,767	4.1	172,358,945	172,358.9
<b>2019</b>	42,362,465	4.1	173,686,109	173,686.1
<b>2020</b>	42,688,656	4.1	175,023,492	175,023.5
<b>2021</b>	43,017,359	4.1	176,371,172	176,371.2

Fuente. Consumo de Población de California datosmacro.com(2019)

La demanda futura está en función a consumo por habitantes considerando la relación 4.1 (Kg/hab), evidenciándose una tendencia a incrementarse gradualmente el consumo de banano orgánico por parte de la población californiana.

Tanto la demanda histórica como la demanda potencial se complementan mutuamente y están en razón a la importancia que los países de economías desarrolladas le proporcionan a los alimentos ecológicos u orgánicos. Estados Unidos y respectivos estados piensan que los productos orgánicos contribuyen a prevenir el cáncer y enfermedades proporcionando alimentos de calidad.

Para los países productores y exportadores como es el caso de Perú se convierte en una oportunidad de negocio y también en ventaja competitiva para comercializar los productos de buena calidad en los supermercados de Estados Unidos y California.

#### **4.4.3. Análisis de la oferta**

##### **4.4.3.1. Oferta local al mundo**

Las exportaciones de banano orgánico peruanas al mundo y la Unión Europea en el periodo 2001- 2017 ha conseguido un incremento notable anual de 33%, mientras que las exportaciones a nivel mundial consiguió el 22% cifras significativas para el país. Como se puede apreciar existe una marcada relación directa entre el nuevo mercado de la unión europea y la demanda del banano orgánico (MINAGRI, 2018).

La figura(21)evidencia que en el año 2007 se acentúa ese dinamismo ampliándose a partir del 2010 donde se plantean las reducciones arancelarias debido a los tratados de libre comercio (TLC), viéndose favorecido Perú con el TLC suscrito con la Unión Europea, con plena ampliación y vigente. En lo que va del año 2012 la Unión Europea había alcanzado el 74% (equivalente a 84 mil toneladas) exportación proveniente de Perú, en la actualidad esta cifra bajó a 62% del total, sin embargo el volumen de exportaciones ha tenido un crecimiento progresivo consiguiendo posesionar en el

2017 con 126,5 mil toneladas. Demostraron un crecimiento global de la exportación del banano orgánico (MINAGRI, 2018).

Estados unidos destaca al igual que la Unión Europea con el consumo de alimentos saludables (orgánicos), le siguen mercados como Japón, corea del Sur, Canadá, Emiratos Árabes, etc. Países que han sido limitados su tasa de participación en Europa, no sin antes considerar como posibles mercados Rusia, Irán. Siria, Argentina que también tienen una gran demanda. (MINAGRI, 2018)

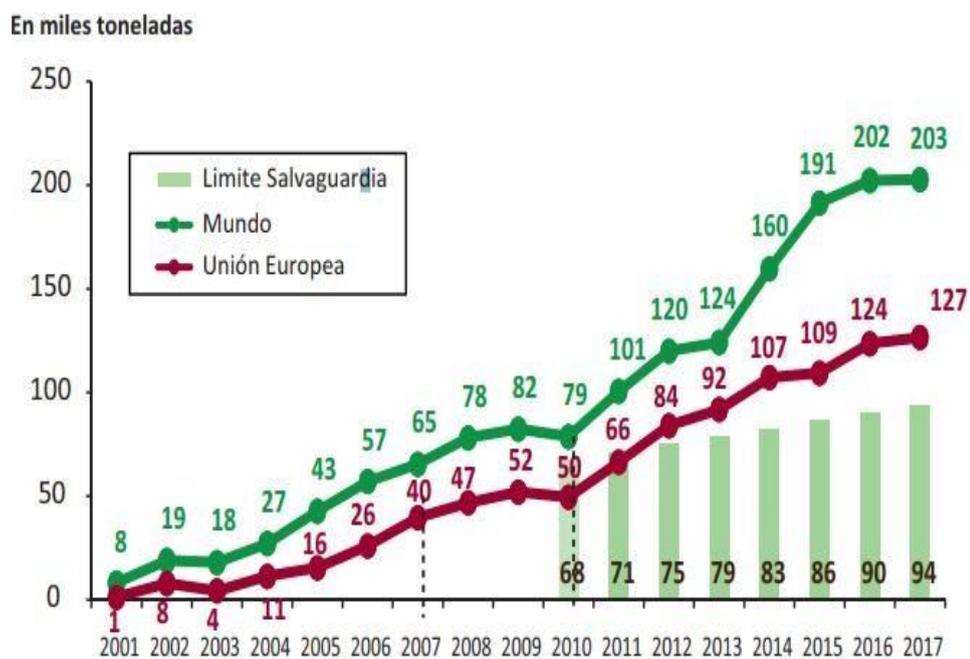


Figura 23. Perú: Exportaciones de banano orgánico al mundo y la U.E  
Fuente. Trademap

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	124 123	159 603	191 437	202 225	202 745
<b>Unión Europea</b>	<b>91 806</b>	<b>107 270</b>	<b>109 446</b>	<b>123 611</b>	<b>126 596</b>
Estados Unidos de América	22 871	43 239	70 380	62 172	60 869
Corea del Sur	2 169	3 577	6 096	9 259	8 805
Japón	6 241	4 066	3 537	4 523	4 548
Canadá	994	1 275	1 802	1 720	1 620
Emiratos Árabes Unidos	-	-	18	782	290
Corea del Norte	-	-	-	40	18
Rusia, Federación de	-	-	-	57	-
Otros mercados	40	176	157	61	-

Figura 24. Perú: Exportaciones de banano orgánico a principales países (Tn)  
Fuente. Sunat :Trademanp(2018)

#### 4.4.3.2. Oferta local a California

Según el informe del portal Trademap para el año 2019, Perú ha exportado a California –EE.UU banano orgánico por el valor de \$ 28,151 en el año 2014, mientras que en el año 2015 mostró un incremento notable de \$49,825, al año siguiente sufre una caída para exportar alcanzando \$46,768 , similar ocurrió en el año 2017 y esto es a causa de los daños producidos por el fenómeno del niño costero que afecto las plantaciones especialmente en las zonas bananeras de Morropon y sus aledaños, por lo que solo se exportó \$45,276 . Pero en el año 2018 las exportaciones del banano orgánico tuvieron un comportamiento diferente porque mostró un incremento de \$51,154. Como se puede apreciar el mercado de California mantiene una estabilidad con tendencia a incrementar el consumo del banano orgánico, es decir el Perú tiene garantizado este mercado (Trademap, 2019).

**Tabla 14**  
*California –EE.UU importa banano orgánico desde Perú*

<b>Código del producto</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor en 2014</b>	<b>Valor en 2015</b>	<b>Valor en 2016</b>	<b>Valor en 2017</b>	<b>Valor en 2018</b>
803900025	Certified organic bananas	28,151	49,825	46.768	45.276	51.154
803900035	Bananas, fresh	1,395	921	809	21	689
803900045	Bananas, dried	9	14	377	362	646

Fuente. Trademap 2019

**Tabla 15**  
*Exportación de Banano orgánico desde la Matanza 2018*

<b>Meses</b>	<b>Cajas</b>	<b>Racimos</b>
Enero	14,004	13,065
Febrero	16,672	15,614
Marzo	22,020	20,638
Abril	20,587	19,737
Mayo	20,889	21,143
Junio	14,688	14,285
Julio	14,181	14,120
Agosto	13,491	13,909
Setiembre	11,175	11,521
Octubre	15,559	16,040
Noviembre	12,742	13,136
Diciembre	13,471	13,888
<b>Total</b>	<b>189,479</b>	<b>187,093</b>

Fuente. Base de datos de empresa Agopachas S.A

En lo que respecta a la empresa Agro Pacha .S. A, su producción y exportación de banano orgánico a Estados Unidos como, Japón y Corea alcanzó en el año 2018 189,47 cajas de banano los mismo que son exportados de forma semanal a los diferentes países en contenedores.

#### 4.4.3.3. Oferta global a California

En lo que respecta a las exportaciones desde el mundo a California - Estados Unidos, las importaciones del banano orgánico en los últimos cinco años han tenido un comportamiento creciente desde el año 2014 hasta el 2018.

**Tabla 16**  
*Importaciones de Banano orgánico del Mundo a California-EE.UU*

<b>Código del producto</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor en 2014</b>	<b>Valor en 2015</b>	<b>Valor en 2016</b>	<b>Valor en 2017</b>	<b>Valor en 2018</b>
803900025	Certified organic bananas	139.813	225.865	242.032	290.472	369.283
803900035	Bananas, fresh	2.242.421	2.179.438	2.180.486	2.224.212	2.206.293
803900045	Bananas, dried	13.059	12.976	12.777	14.213	15.417

Fuente. Trademap 2019

En el año 2014 el valor conseguido de las exportaciones fue \$139,813, mientras que en el año 2015 se incrementó a \$225.865, en lo que va del año 2016 el valor conseguido fue \$242,032, en cambio el siguiente año el valor por la exportación fue \$290,472. Como se observa el incremento es notorio cada año y por último en el año 2018 el valor exportado fue de \$369,283.

No sucediendo lo mismo con el banano convencional fresco, que durante el mismo periodo ha tenido una tendencia a disminuir anualmente (2015-2016-2018), solo hubo un incremento en el año 2017, mientras que el banano seco fue irregular, algunos años con tendencia al incremento (2017-2018) en cambio otros evidencian una

tendencia a disminuir (año 2015-2016). Como se puede apreciar, en Estados Unidos se consumen alimentos orgánicos debido a que suponen que la calidad de vida de la población es lo primordial además consideran que estos productos contribuyen a cuidar la salud de la población.

En lo que respecta a los países que representan a todo el mundo y exportan banano orgánico a Estados Unidos y sus estados, la mayoría de ellos han tenido una tendencia a incrementar sus ventas anualmente. En el año 2016 lograron exportar por el valor de \$242,032, incrementándose a \$290.472 en el 2017, siguiendo con esa tendencia en el 2018 (\$369.283).

**Tabla 17**  
*Mercados proveedores de banano orgánico a California -EE.UU*

<b>Exportadores</b>	<b>Valor importado 2016</b>	<b>Valor importado 2017</b>	<b>Valor importado 2018</b>
Mundo	242.032	290.472	369.283
Ecuador	116.734	132.064	136.162
México	24.28	50.36	71.069
Colombia	46.586	58.215	58.144
Perú	46.768	45.276	51.154
Guatemala	66	9	39.114
Honduras	3.435	1.608	9.884
Costa Rica	1.295	664	2.008
República Dominicana	2.362	1.837	1.733
Sri Lanka	505	377	15

Fuente. Trademap 2019

Ecuador es considerado el primer país que lidera las exportaciones de banano, siendo sus valores: US\$116,734, US\$132,064 y US\$136,162. Seguido de México con US\$24.28, US\$ 50.36 y US\$ 71.069. Colombia gracias a sus amplios campos de cultivo ocupa el tercer lugar (46.586; 58.215; 58.144). Perú ocupa el cuarto lugar exportaciones por el valor de US\$46.768; US\$45.276 y US\$ 51.154. En menor cantidad Honduras, Guatemala, Costa Rica, República Dominicana y por último Sri Lanka.

#### 4.4.3.4. Análisis de la competencia

Existen tres países considerados competencia para el Perú, en lo que respecta la comercialización y exportación del banano orgánico por ser considerados los principales países que abastecen al mercado californiano.

Para poder definir la competencia se presenta el análisis del arancel que a la fecha está vigente no solo en el Perú sino también en los países competidores.

**Tabla 18**  
*Arancel de los Principales Proveedores de Banano a California-EE.UU.*

	<b>Perú</b>	<b>Ecuador</b>	<b>Colombia</b>	<b>Guatemala</b>
<b>Régimen Tarifario</b>	MNF	MNF	MNF	MNF
<b>Tarifa Aplicada</b>	0%	0%	0%	0%
<b>Ad Valorem</b>	0%	0%	0%	0%

Fuente: Trade Map – Market Access Map

En lo que respecta a los acuerdos comerciales y el tratado de libre comercio entre Colombia (TLC firmado en 2006); Guatemala (TLC firmado en 2012) Perú y California desde el año 2014 firmo un acuerdo comercial, en cambio con Estados Unidos ya existe TLC para la comercialización de productos. Con Ecuador a fines del 2018 Estados Unidos firma el acuerdo comercial para el libre comercio de sus productos y poder realizar negociaciones.

La producción de banano orgánico de Ecuador va en incremento, pero su desventaja del vecino país, es la propagación de plagas y enfermedades que atacan sus cultivos mientras que Perú, no se ve afectado por plagas y se convierte en una ventaja competitiva gracias al suelo y clima.

Gracias a ello Perú se convierte en el primer exportador y ocupa el quinto lugar en la producción mundial de banano orgánico y su exportación representa casi la totalidad de la exportación del banano.

#### **4.4.4. Demanda del negocio**

En mundo está cambiando sus hábitos de consumo y Estados Unidos al igual que California no es ajeno a esta transformación en cuanto al consumo de productos y alimentación orgánica que busca contribuir al cuidado de la salud.

El banano orgánico es considerado uno de los productos de gran potencial para la exportación. La tasa de crecimiento va en aumento y las importaciones de California son positivas. El consumo de productos orgánicos o ecológicos está estrechamente relacionado con el interés de la población californiana de adquirir diversidad de alimentos que sean saludables. Por el simple hecho de ser productos orgánicos el banano tiene mucha acogida en California, a pesar que tiene muchos cultivos (uvas, almendras, ciruela, melocotones, algodón, entre otros productos) (Vargas, 2015).

A pesar que California posee una gran proporción de tierras dedicadas a la agricultura orgánica (17%), también posee muchos pastizales (37%) (SHAREAMERICA, 2019) pero no produce bananos, teniendo que exportarlos de otros países. En este sentido, la empresa Agro Pacha S. A con el propósito de ampliar su mercado en el exterior, apuesta ingresar por el mercado californiano para posesionar el banano orgánico producido por los pequeños productores del distrito de Lla Matanza.

El ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) Informó que Perú se ha consolidado como una oportunidad para los empresarios peruanos en la costa de Estados Unidos; comprendida por los estados de California, Oregón, Washington, Arizona, Hawái, Nevada, Montana, Wyoming, Utah, Nuevo México, Colorado, Idaho y Alaska.

Gracias al trabajo durante diez años que se ha venido realizando la Oficina Comercial del Perú en los Ángeles (MINCETUR, 2018).

#### 4.4.4.1. Perfil y comportamiento del consumidor Californiano

En lo que se refiere al perfil del consumidor californiano se han encontrado factores que son determinantes en la toma de decisiones. La alimentación ocupa el primer lugar, siendo la salud el segundo lugar, el sabor de los productos y la seguridad alimentaria tienen el tercer lugar y el cuarto lugar lo tiene el cuidado del medio ambiente (MINCETUR, 2018).

**Tabla 19**  
*Características predominantes del consumidor en californiano*

<b>INDICADORES</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
<b>Edad</b>	✓ Adultos entre 20 y 35 años con estilo de vida muy atractivo
<b>Ingresos</b>	✓ Ingreso Per cápita de USD 63,567 dólares. ✓ Algunos habitantes tienen doble ingreso.
<b>Información nutricional</b>	✓ Exigencia por la información nutricional exterior del producto. ✓ Forma de utilización del producto.
<b>Mercado</b>	✓ Incremento de enfermedades a causa del sedentarismo y sobre peso. ✓ Incremento de la población adulta que se convierte en oportunidad de consumismo. ✓ Población dispuesta a gastar más dinero para el cuidado de la salud.
<b>Tipo de alimentos</b>	✓ 10% de su ingreso son alimentos y bebidas. ✓ Alimentos orgánicos que contienen vitaminas y propiedades antioxidantes. ✓ El 58% de californianos compran una vez a la semana productos orgánicos.
<b>Comercio justo</b>	✓ Aplican el Comercio justo ✓ Cuidado del medio ambiente( productos ecológico u orgánicos) ✓ Preocupación por la salud y nutrición.
<b>Precio</b>	✓ El poblador californiano es consciente del valor que merece pagar por un producto de calidad, con vitaminas y libre de antioxidantes(orgánico)
<b>Gusto</b>	✓ Los pobladores californianos, le gusta probar productos de sabores exótico y étnicos
<b>Apariencia</b>	✓ El poblador californiano valora que el producto tenga una apariencia atractiva, calidad aparente y su tamaño uniforme.
<b>Historia del producto</b>	✓ La población californiana valora la procedencia de los cultivos, tradición del producto.

Fuente. Elexportador El Dorado-California (2016)

#### 4.4.4.2. Segmento del mercado

El segmento del mercado seleccionado es el estado de California con sus respectivos condados. Sacramento es la capital y es la es la ciudad más grande del país de estados Unidos.



Figura 25 Estado de California

California es uno de los cincuenta estados de Estados Unidos de América. Se encuentra ubicada en la región Oeste de Estados Unidos. Limita al Norte con Oregón al Este con Nevada, al Sureste con el Rio Colorado, al sur con México y al Oeste con el Océano Pacífico.

California es considerada el centro financiero e industrial más grande del país. Es considerada como una zona primaria de comercialización, ya que es el mayor centro de comercio mayorista de Estados Unidos a quien comercializa la mayoría de sus productos. Un porcentaje significativo de importadores instalan sus empresas en este estado con el propósito de realizar las transacciones para los proveedores extranjeros (elempresario.mx, 2010).

Gran parte de la distribución e importación se concentra en California, teniendo una participación del 70% de las importaciones totales del país. Si California fuera un país, esta sería la octava economía del mundo. Además, este estado junto con Los Ángeles, Washington, Nueva York, Illinois, Arizona, Nueva Jersey, Colorado, Nuevo México y Georgia concentra el 80% de las ventas de productos orgánicos (BBC News Mundo, 2019).

No está demás, indicar que California es uno de los estados que tiene un gran número de supermercados produciendo grandes volúmenes de ventas, producto del consumo de los habitantes provenientes de los mismos condados o inmigrantes provenientes de Europa, Asia y América Latina y que viven en California. La población hispana es 14,99 millones, concentrándose en el área metropolitana que incluye a los Ángeles, Long Beach, Anaheim con una población de 13, 353,907 habitantes y de ellos el 45,2% son latinos (6, 031,492 habitantes), Riverside, San Bernardino tiene una

población de 4,580, 670 habitantes de los cuales el 51,1% son latinos (2,341,503 habitantes). San Francisco, Oakland, Hayward con una población de 4, 727,357 habitantes, siendo el 21,9% latinos (1, 033,991 habitantes) (BBC News Mundo, 2019).

Es decir, California es el más grande estado de Estados Unidos donde hay más latinos siendo de origen mexicanos (77,6%), salvadoreños (7.3%), Guatemalteco (4,5%), portorriqueños (1,04%), cubanos (0.9%), hondureños (0.9%), peruanos (0.8%), nicaragües (0.8%) y de otros países (2,33%) (BBC News Mundo, 2019).

**Tabla 20**  
*Segmentación del mercado californiano*

<b>Segmentación</b>	<b>Características</b>
<b>Geográfica</b>	Zonas urbanas de California
<b>Demográfica</b>	Hombres y mujeres con edades comprendidas entre 30 a 65 años
<b>Socio económico</b>	Profesionales o amas de casa de los sectores A-B (60,000 USD de salario promedio)
<b>Conductual</b>	población preocupadas por mantener una buena salud
<b>Ambiental</b>	Preocupados de la conservación del medio ambiente.

Generalmente los californianos son sensibles a las tendencias americanas, por lo cual no vacilarán en dilapidar más dinero en un producto de calidad. El 80% de la población mayores de 65 años vive en centros urbanos, en condados como Los Ángeles, Washington, Nueva York. Illinois, Arizona, Nueva Jersey, Colorado, Nuevo México

y Georgia y casi todos muestran gran interés hacia productos saludables, siendo un nicho potencial para la exportación de banano orgánico (BBC News Mundo, 2019).

#### **4.4.4.3. Tendencias de consumo**

El mercado de alimentos orgánicos en California se ha desarrollado de forma exponencial anual (10-40%), por lo que, se determina que existe un número gradual de californianos, preocupados cada vez más en la salud y la nutrición. Esta tendencia permite incrementar la demanda por alimentos orgánicos que favorezcan al bienestar y la salud de la población (Vargas, 2015).

Los consumidores californianos piensan que los productos orgánicos son mejores y están convencidos a pagar por ellos el alto precio (sobrepeso ya que este tipo de productos tienen un precio superior). El consumidor californiano considera que la educación es fundamental para el bienestar de la salud y tiene una relación directa con la dieta, por lo que existe una tendencia de adquisición hacia productos orgánicos.

#### **4.4.5. Mix comercial de la competencia**

##### **4.4.5.1. Producto**

El país que es competencia directa para el banano orgánico a California es Ecuador, quien está abarcando gran parte de los mercados de exterior como estados unidos, Canadá, California, países asiáticos, entre otros. Ecuador al igual que Perú posee dos tipos de sembríos; el banano convencional y el orgánico, cultivos provenientes directamente de los agricultores. Se considera que los agricultores ecuatorianos utilizan las buenas prácticas agrícolas para las plantaciones de banano y casi la mayoría de ellas tiene certificaciones internacionales de calidad: HACCPP, ISO, Rainforest Alliance y GLOBALGAP.

##### **4.4.5.2. Precio**

Respecto al precio el país de competencia tiene varios factores en contra; el primero de ellos, es la lejanía al puerto para ser trasladado al mercado exportador, otro de los factores es el costo de flete y transporte terrestre y marítimo, los trámites para la exportación y los aranceles, además de las certificaciones fitosanitarias. Ecuador consigue colocarlo en el mercado Californiano al precio de 17.05 kg la caja de banano, siendo este precio muy alto frente al resto de competidores. Situación que ha llevado a California a buscar nuevos centros de abastecimientos con productos de buena calidad, como lo es el banano orgánico peruano.

#### **4.4.5.3. Plaza**

Generalmente el 70% de banano orgánico es vendido a los supermercados para la venta directa a la población en general. Se comercializa en los grandes supermercados porque es el lugar donde acude la mayoría de población en especial población que proviene de estratos sociales de clase alta a media.

Los supermercados que a su vez tiene cadenas de establecimientos o sucursales expenden diversas variedades de productos alimenticios para satisfacer las necesidades de los consumidores. El otro 30% es comercializado en los mercados y otros centros de abastos pero en menor proporción (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015).

#### **4.4.5.4. Promoción**

Generalmente, Perú a diferencia de Ecuador que realiza anualmente una “Rueda de negocios del Foro Internacional del banano orgánico” del 12 al 15 de mayo, donde se busca traer a los compradores del país importador para que vean el producto, hacer visitas a las plantaciones y dar fe de la capacidad productiva de instalación (MarcoTradenews, 2015).

Perú al igual que otros países vecinos y del extranjero participa del evento del “banano orgánico” en Guayaquil. Pero los Brókeres en el Perú van en busca de sus compradores a sus

respectivos países y muestran las bondades de los productos. En Perú se realiza la feria de alimentos “Expo alimentaria” que tiene lugar anualmente en Lima (MarcoTradenews, 2015), También tiene lugar la feria natural products Expo Wes Anaheim (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015).

Generalmente estos eventos congrega no solo a los exportadores, gerentes de los supermercados, también participan las empresas de cartonería, de plástico, entidades encargadas de las certificaciones, empresas de ventas de abonos y fertilizantes, y las empresas navieras que son las que brindan el servicio de transporte marítimo al país de destino. Es decir en este tipo de eventos se congregan las empresas que son parte del proceso productivo del banano orgánico.

#### **4.4.6. Mix comercial propuesto**

##### **4.4.6.1. Producto**

En lo que concierne al producto, la investigación solo se enfocará la exportación de banano orgánico desde el caserío de la matanza al estado de California. El banano orgánico ha conseguido escalar un segmento porque el californiano al igual que Estados Unidos apuesta por productos ecológicos libres de pesticidas y otros elementos orgánicos que atenten contra la salud de la población.

Entre las características que tiene el producto contiene:

- ✓ El comercio justo.
- ✓ 20 unidades de pallets estándar( conteniendo 54 cajas c/u)
- ✓ El contenedor conteniendo 1080 cajas de cartón.
- ✓ Las cajas de cartón tiene un peso promedio de 18 kg lo que se constituye en 19,380 kilogramos.

### 1. Almacenamiento

La temperatura exigida para que el banano orgánico que requiere de condiciones específicas en cuanto a la humedad relativa (14° C y 85% -90%)

### 2. Embalaje

El proceso de embalaje que ha previsto la investigadora para presentar al comprador californiano es el uso de cajas de cartón , ya dispuestas con orificios ubicados estratégicamente para el proceso de enfriamiento y circulación del aire frio contenido en los contenedores.

Además se ha previsto:

- ✓ Cajas de cartón corrugado de 18 kg.
- ✓ Papel kraf en el fondo de la caja
- ✓ Funda de polietileno
- ✓ Cajas de cartón de 18 kg
- ✓ El tamaño de las cajas tiene 50 cm de largo por 40 cm de ancho por 40 cm de alto.

- ✓ En cuanto al calibre el mínimo es 39° y el máximo es 46°.
- ✓ La longitud es mínimo 8" y máximo 11"

### 3. Envase

Con frecuencia se usa el vacío con el propósito de reducir sustancialmente la respiración de la fruta durante el transporte marítimo.

En lo que respecta a las fundas de vacío pueden ser de tres tipos ( Politubo, Polipack, al vacío 22x u) deben contener las siguientes características.

- ✓ Politubo (A=38,50"; L=52" , al vacío 22 U)
- ✓ Polipack A=28,50" A= 50.00; Grosor 0.0007"
- ✓ Al vacío 38.5" L=48".00; Grosor 0.0015"

#### 4.4.6.2. Precio

##### 1. Política de pago a proveedor

En lo que se refiere al precio, se ha creído conveniente utilizar la estrategia de descreme de mercado, por ser el lanzamiento del banano que es un producto orgánico y se espera obtener márgenes de utilidad altos para recuperar el costo de la producción, distribución y promoción en el corto plazo gracias a que el segmento es el óptimo que está dispuesto a pagar un precio alto.

Otra estrategia a ser utilizada en este apartado es la estrategia de fijación del precio de exportación, donde el precio parte de los precios que se encuentran en ese momento en el mercado, con el fin de no asignarle un precio superior al que se maneja en el mercado. El precio FOB calculado es de US\$2.27 por caja.

## **2. Política de cobro al comprador**

En lo que se refiere a la política de cobro por parte del comprador, la empresa Agro Pacha S.A ha previsto que el pago se realizará al contado, obviamente con un adelanto del 40% del valor total a exportar de banano orgánico y el saldo es cancelado entre 10-15 días previos al primer abono.

El banano orgánico es un producto perecible, motivo por el cual la política de cobro se prevé que sea por adelantado parcial o total por parte del comprador. Acción que debe ser ejecutada porque aún no hay un vínculo directo con el comprador y puede que en último momento deje sin efecto el trato

Se ha previsto el pago mediante transferencia bancaria a la empresa Agro Pachas S. A en dólares o también puede ser utilizada por la cobranza documentaria (documentos de títulos para pago pero no existe obligatoriedad de ello. Se hace

efectiva con el propósito de dar una protección para el importador y el exportador).

### **3. Política de descuento**

La empresa Agro Pacha S.A no ha previsto el descuento a pesar de ya tener 5 años en el mercado porque con el afán de ampliar la capacidad técnica supone hacer este mecanismo pasado los cinco años.

#### **4.4.6.3. Plaza**

El banano orgánico será comercializado en el Sacramento capital de California y sus 53 estados. El banano orgánico es comercializado a través de las cadenas de supermercados más conocidas:

- ✓ Pearl Market
- ✓ Cool Super Discount
- ✓ Golden Gate – Central Market
- ✓ Walmart
- ✓ Nick's Super Market
- ✓ Whole Foods Market
- ✓ Royal Market
- ✓ Parkside Market

## 1. Cobertura del mercado

El banano orgánico será comercializado en California y sus respectivos condados, por ser considerado un mercado potencial para la exportación. California es un estado cuya alimentación es a base de productos orgánicos. Por otro lado, la población tiene problemas de salud, pues existen altos índices de obesidad, debido a la vida sedentaria y pocos ejercicios. También existen mecanismos para el consumo del banano orgánico, constituyéndose en un nuevo mercado a ser abastecido por la empresa Agro Pacha S. A.

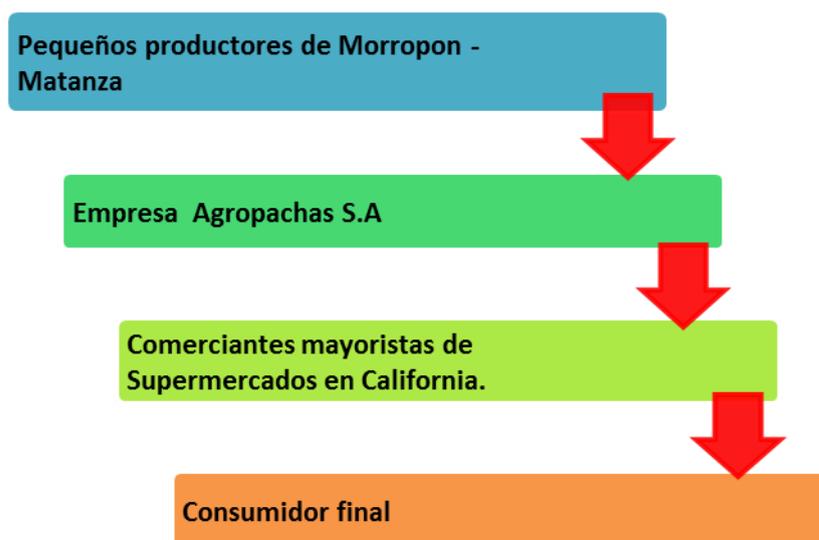


Figura 26 Cadena de distribución de banano orgánico

La distribución de la venta del banano orgánico será de forma directa a la cadena de supermercados de California que abastece a todos los supermercados y sucursales del país. Pearl Market, Cool Super Discount, Golden Gate –

Central Market, Walmart, Nick's Super Market, Whole Foods Market, Royal Market, Parkside Market, entre otros (BBCNewsMundo, 2019).

## 2. Logística

El banano orgánico será enviado a California por vía marítima en un contenedor refrigerado (MAERSK), que es la mayor empresa de transporte marítimo más grande del mundo que representa la consolidación del transporte marítimo.

<b>CONTENEDOR DRY-VAN 40'</b>			
<b>Peso vacío :</b> 3.630 Kg			
<b>Peso máximo :</b> 26.850 Kg			
MEDIDAS	EXTERNO	INTERNO	PUERTAS ABIERTAS
LARGO	12.192 mm	12.030 mm	-
ANCHO	2.438 mm	2.345 mm	2.335 mm
ALTO	2.591 mm	2.400 mm	2.290 mm
VOLUMEN	67,70 m <sup>3</sup>		



Figura 27 Capacidad de contenedor Merks  
Fuente. Maersk

Luego de la adquisición de Hamburg Sud que tiene presencia en América Latina, fortaleció sus operaciones generales. Maersk line aumentó su capacidad y participación en el mercado de 15.7% a 18.6% en su flota de contenedores (Gestion, 2016).

El puerto de embarque será Paita ubicado en el departamento de Piura, debido a la cercanía desde el distrito de La Matanza (aproximadamente de 172.7 km).



Figura 28 Distancia del distrito de la Matanza al puerto de Paita



Figura 29 Maesk

El puerto de destino recomendado es Oakland en California-Estados Unidos, y la línea naviera Maersk line con dirección web es <http://www.maerskline.com> cuenta con salidas semanales sin transbordo, desde el puerto de Paita a Oakland.

#### **4.4.6.4. Promoción**

##### **1. Mensaje**

El mensaje de la promoción del banano orgánico está orientado esencialmente a transmitir tanto a los consumidores regulares como a los potenciales, los beneficios del consumo de banano orgánico como fuente de vitaminas, minerales libre de radicales antioxidantes necesarios para el buen funcionamiento y desarrollo del organismo, además de presentarlo como una cultura para el consumo de alimentos ecológicos que contribuyen a la prevención de enfermedades, cáncer, además cuidan el ambiente.

Por otro lado, el mensaje tiene un enfoque hacia una nueva dieta más saludable que contribuya a reducir los índices de obesidad que se presencian en californiana.

##### **2. Posicionamiento**

Agro Pacha S.A busca posicionarse en el mercado californiano bajo la imagen de una empresa responsable socialmente, sólida y confiable que promete un producto de calidad que cumple con las normas y regulaciones estipuladas por parte del mercado californiano, satisfaciendo y superando las expectativas de los clientes.

De esta manera, conseguirá ocupar un lugar distintivo en la mente de los consumidores con relación a la competencia. Por otro lado, se busca posicionar al banano orgánico como un elemento indispensable de la dieta de los consumidores a través de una promoción enfocada en el consumo de productos sin químicos con responsabilidad ecológica.

#### **4.4.7. Acceso al mercado de California**

El Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) es la agencia responsable de controlar los requerimientos necesarios para que los alimentos ingresen al mercado de Estadounidense y sus respectivos estados y condados.

A continuación se detallan las reglamentaciones, certificados y documentos que constituyen una exigencia ineludible para el acceso al mercado californiano.

##### **4.4.7.1. Reglamentaciones**

Respecto a las regulaciones requeridas para la exportación de productos frescos y orgánicos, están referidas a la calidad del producto, etiquetado, empaquetado, clasificación, requisitos de salud y seguridad:

- ✓ Reglamentaciones de productos frescos de ley de productos de California

- ✓ Reglamentos para empaquetado y etiquetado de la ley Consumer Packaging Labelling Act.
- ✓ Reglamentación de alimentos y medicamentos de ley Food and drugs Act. (PromPeru, 2015)

#### 4.4.7.2. Certificados

Los certificados indispensables para productos frescos inorgánicos para la exportación son:

- ✓ **Certificado de Origen**, que acredita y garantiza la procedencia de las mercancías, que permita acogerse a la exoneración de las tasas arancelarias en el marco con la firma de cooperación en virtud del TLC.
- ✓ **Certificado Fitosanitario**: que constata la exclusión de plagas.
- ✓ **Certificado del Régimen Orgánico**: Confirmación de Equivalencia que permite a los productos certificados ingresar a California.
- ✓ **Certificado de Inspección**: requisito indispensable para demostrar que los productos cumplen con los requisitos exigidos: la calidad, el etiquetado y embalaje, y si el producto está libre de plagas o enfermedades (PromPeru, 2015).

#### 4.4.7.3. Regulaciones

Respecto a las regulaciones de productos frescos, se detallan las exigencias más apreciables a torno al etiquetado y embalaje:

**Etiquetado de productos fresco pre-empacados:**

- ✓ *“La información puede presentar de preferencia en inglés.*
- ✓ *Nombre genérico del producto y variedad.*
- ✓ *Cantidad neta por número, peso o volumen (sistema métrico internacional).*
- ✓ *Nombre y dirección del productor o de la persona que comercializa el producto en Canadá.*
- ✓ *País de origen.*
- ✓ *Tabla de contenido nutricional.*
- ✓ *Fecha de caducidad” (PromPeru, 2015)*

**Embalaje de productos frescos:**

- ✓ *“La información puede presentar de preferencia en inglés.*
- ✓ *Nombre común del producto.*
- ✓ *Cantidad neta.*
- ✓ *Nombre completo y dirección del productor/ empacador del producto.*
- ✓ *País de origen” (PromPeru, 2015).*

**4.4.7.4. Documentación**

La documentación solicitada para realizar la operación de exportación se detalla a continuación:

- ✓ Factura comercial
- ✓ Conocimiento de embarque
- ✓ Certificado de origen

- ✓ Certificado fitosanitario
- ✓ Certificado sanitario
- ✓ Lista de Empaque o "packing list"
- ✓ Declaración de Aduanas
- ✓ Orden de Embarque (PromPeru, 2015)

## **4.5. Estudio técnico**

### **4.5.1.1. Disponibilidad de insumos**

#### **1. Zonas productoras nacionales**

*“La producción de banano en sus distintas variedades se ubica en los departamentos de Lambayeque, La Libertad y Piura, sin embargo, las áreas de producción de banano orgánico tienen lugar, esencialmente en provincia de Morropon en el distrito de La Matanza, donde se concentra el 30% del total producido en el alto Piura” (ANDINA, 2013).*

Estas zonas tienen ventajas competitivas debido a la ubicación en la costa del Perú, destacando entre ellas: el clima favorable y estable con relación a otros productores en el mundo que se ven frecuentemente afectados por huracanes, lluvias torrenciales e inundaciones afectando la producción; además de las buenas condiciones de suelo y menor incidencia de plagas y

enfermedades que contribuye a conseguir las mejores propiedades organolépticas.

*Asimismo, “se encuentran en zonas estratégicas debido a la cercanía a los puertos de Paita-Perú. En Piura, aproximadamente 4,505 hectáreas están dedicada a la producción de banano orgánico y más de 7,413 hectáreas de plátano convencional” (ANDINA, 2013).*

Para efectos de acopio, se ha elegido, entre los productores certificados de banano orgánico del departamento de Piura, provincia de Morropón donde se encuentran los “Pequeños Productores de Banano Orgánico, de La Matanza y distritos aledaños”. Conformada por 320 productores que trabajan desde el año 2003 bajo este mecanismo, en que cada agricultor trabaja un promedio de una hectárea y cuyo producto luego es exportado. A partir del año 2014 empezó a exportar su producto a mercados europeos tras la implementación del plan de negocios que financia el Programa Compensaciones para la competitividad (Agroideas) (ANDINA, 2013). Por otro lado, *“esta asociación ha adquirido insumos, camión, equipos, cuenta con certificaciones bajo los esquemas de producción orgánica y de comercio justo, como Fair Trade y GlobalGap, las cuales garantizan y refuerzan la calidad del banano no solo en el mercado local, sino también en mercados extranjeros.” (ANDINA, 2013)*

## **2. Épocas de producción**

La producción del banano orgánico se lleva a cabo durante todo el año, sin embargo, existen temporadas de alta producción (enero, febrero, marzo y abril), moderada producción (mayo, junio, julio, agosto, setiembre) y baja producción (octubre, noviembre y diciembre).

Esta producción no considera los desastres naturales que se pueden presentar en los meses de marzo, ocasionando excesiva agua a causa de las lluvias que afectan las plantaciones produciendo pudrición de las plantaciones de banano.

A pesar de que existen meses de menor producción (junio-julio), se tiene disponibilidad de bananos orgánicos durante los doce meses del año tanto para exportación como para consumo nacional.

### **4.5.1.2. Proceso de producción del banano orgánico**

El proceso de producción del banano orgánico comprende el cultivo, siembra, comercialización, protección de la fruta, recolección según detalle:

#### **Cultivo:**

Exige características especiales de suelo y climatología que se presentan en el siguiente punto:” Requerimientos medioambientales” expuesto en los apartados anteriores (PromPeru, 2015)

### **Siembra:**

Listo el terreno se elige el tipo de semilla y se determina la densidad con la que se quiere sembrar. Luego, se hace un hoyo donde se coloca la semilla y se aplican abonos y materia orgánica y se riega (PromPeru, 2015).

### **Protección de la fruta**

- ✓ **Deshije:** *“Dejar a cada planta con su hijo y su nieto (unidad de producción completa) para garantizar que el número y tamaño de los racimos por hectárea sea óptimo y que la plantación se mantenga como un cultivo perenne”* (PromPeru, 2015).
- ✓ **Embolsa:** *“Consiste en proteger el racimo con una funda o bolsa plástica de polietileno del ataque de plagas y resguardarlo de los cambios bruscos de temperatura”* (PromPeru, 2015).
- ✓ **Desflora:** *“Una vez que las manos cambian de posición hacia arriba, las flores blandas son retiradas de la punta del dedo.”* (PromPeru, 2015).
- ✓ **Identificación de la edad de la fruta:** *“consiste en utilizar una cinta del color correspondiente a la semana y amarrarla al racimo para poder llevar un inventario de la fruta”* (PromPeru, 2015).
- ✓ **Desmane:** *“Consiste en separar la mano más pequeña para que las demás se desarrollen mejor para cumplir las calidades exigidas”* (PromPeru, 2015).
- ✓ **Desbacote:** *“Consiste en retirar de la punta del vástago o raquis las flores masculinas para contribuir a aumentar la longitud,*

*grosor y peso de los dedos de las manos restantes y también a la sanidad del racimo” (PromPeru, 2015).*

- ✓ **Amarre:** *“Consiste en amarrar dos cuerdas denominadas “vientos” de cada mata que tenga racimo, con el objetivo de evitar la caída de la planta por acción del viento o peso del racimo” (PromPeru, 2015).*
- ✓ **Desvío del hijo:** *“separar el hijo de la planta madre para evitar cualquier daño que pueda producirse por el roce de sus hojas” (PromPeru, 2015).*
- ✓ **Deshoje:** *“Consiste en eliminar las hojas secas, viejas y/o quebradas que puedan causar un deterioro en la calidad del racimo, o ser fuente de propagación de enfermedades y plagas” (PromPeru, 2015).*

**Recolección:** El promedio de días para recolección se calcula en función de la lejanía entre el destino y el lugar de producción:

- ✓ **Cerca:** se recolecta el producto pocos días antes de la maduración plena.
- ✓ **Distancia intermedia:** se recolecta racimo todavía verde y completamente crecidos.
- ✓ **Lejos o periodo hasta comercialización amplio:** se recolecta el producto cuando los dedos han llegado a  $\frac{3}{4}$  del fruto(PromPeru, 2015).

### **Procesamiento del banano para su comercialización.**

- ✓ **Garruchar:** *“Etapa en donde llega la fruta que viene del campo a través del cable vía desde los lotes. Los racimos son contados y calibrados para verificar si la fruta tiene el grado de madurez necesario”* (MINAGRI, 201)
- ✓ **Desflore:** *“Proceso de quitar la flor del racimo para que la fruta no pase con ningún residuo de flor a la próxima etapa”* (MINAGRI, 201)
- ✓ **Área de selección:** *“seleccionar y clasificar la fruta con estrictos parámetros de calidad para poder cumplir con las necesidades de los clientes”* (MINAGRI, 201)
- ✓ **Desmane:** eliminan dedos que presentan defectos de calidad.
- ✓ **Lavado:** *“primero se procede a lavar cuidadosamente cada mano y se eliminan las defectuosas, luego permanece de 12 a 20 minutos dentro del agua para que se elimine todo látex o leche”* (MINAGRI, 201)
- ✓ **Área de sello:** proceso para etiquetar la fruta.
- ✓ **Pesado:** *“la mercadería es puesta sobre una balanza electrónica para calcular el peso exacto antes de pasar a embalarla”* (MINAGRI, 201)
- ✓ **Área de empaque:** *“la fruta es empacada en cajas de cartón corrugado elaborado bajo especificaciones y dimensiones convenientes. En esta fase se colocan el número de flete, el código de barra y otros”* (MINAGRI, 201).

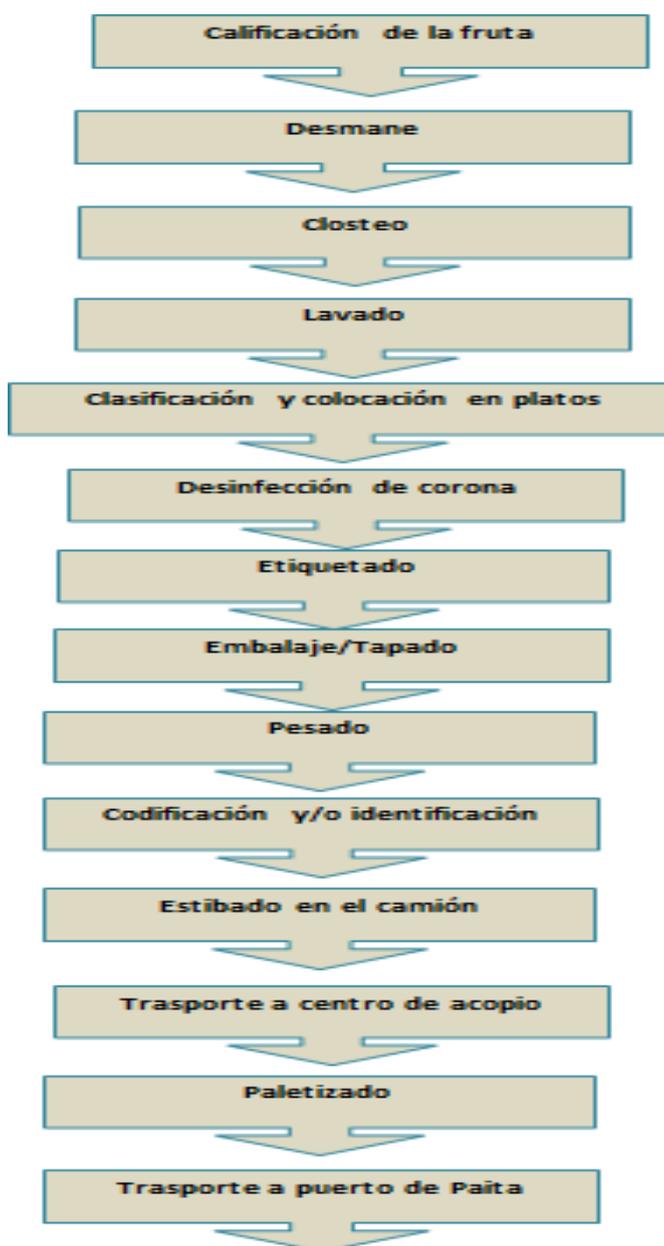


Figura 30 Flujo grama de proceso de producción de banano

#### 4.5.1.3. Requerimientos del medio ambientales

##### 1. Clima

**Altitud:** *“Las zonas adecuadas para el desarrollo del cultivo son las comprendidas entre los 0 y 30 msnm. Sin embargo, el banano se adapta a alturas que alcanzan hasta los 2,200 msnm”* (MINAGRI, 2018).

**Agua:** *“Las necesidades de agua son elevadas, aproximadamente, el 85-88% del peso del banano está constituido por agua; por lo tanto, requiere un suministro mensual de 1,200 a 1,300 m<sup>3</sup>/ha. De no ser suministrada por la lluvia, han de ser aportadas por riegos regulares y constantes. En el Valle del Chira, se realiza el riego entre los meses de abril y noviembre, periodo en que se presentan condiciones de sequía”* (MINAGRI, 2018).

**Temperatura:** *“La temperatura óptima para el cultivo es de 25°C. Un rango de temperaturas entre 25 a 30°C favorece su desarrollo. Cuanto más baja sea la temperatura, más prolongado es el ciclo vegetativo del banano”* (MINAGRI, 2018).

**Luminosidad:** *“El banano se cultiva en condiciones de variada iluminación. Sin embargo, se prefiere zonas de sol y despejadas de nubes, ya que bajo condiciones de baja luminosidad y frío; el ciclo vegetativo pasa de 8.5 meses a 14 meses.”* (MINAGRI, 2018).

**Vientos:** *“Las zonas propicias son aquellas que están expuestas a velocidades de viento mayores a 20km/hora.”* (MINAGRI, 2018).

## **2. Suelo**

La costa piurana tiene suelos de textura arenosa y gran porosidad, además posean buen drenaje que ayuda en el desarrollo de la producción y cultivo de banano orgánico en la Provincia de Morropon y el distrito de La Matanza. Debido a las lluvias, el exceso de humedad produce la descomposición de las raíces y mal desarrollo de la planta. El banano ofrece tolerancia orgánica, pues vegeta sobre suelos cuya reacción varía de pH 4.5 a pH 8, siendo el pH 6.5 el ideal para el cultivo (MINAGRI, 2018).

### **4.5.1.4. Requerimientos de equipos de oficina**

*“Adicionalmente, se requiere de un router que permite la conectividad a internet a través de una red inalámbrica desde cualquier punto de la oficina y un teléfono fijo para recibir y realizar llamadas, con el fin de mantenerse en contacto con los grupos de interés. Dichos equipos no figuran en el cuadro debido a que se incluyen en el servicio que brindará la empresa Movistar de telefonía fija e internet, el cual se detallará en el siguiente punto.”* (MINAGRI, 2018).

**Tabla 21**  
*Equipo de oficina para Agro Pacha S.A*

Material	Marca	Modelo	Proveedor
Lapto	HP	<b>Notebook 15.6" Core i3 4GB 1TB</b>	SODIMAC
Destok	HP	All In One 19.5 HD Celeron 4GB 500 GB	
Impresora multifuncional	HP	Ink Tank 415 wireless	
Router inalámbrico	TP-Link	Gigabit con pantalla	Movistar
Teléfono fijo	Motorola	Auri3520A 2.4GHZ blanco	

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

#### 4.5.1.5. Requerimientos de mobiliario de oficina

Los requerimientos de mobiliario de oficina son los siguientes:

**Tabla 22**  
*Mobiliario de oficina*

Mobiliario	Marca /Modelo	Modelo	Proveedor
Escritorios de madera	<u>Asenti</u> Escritorio Canarias negro	SKU:226224-X	Negocios generales Morana S.C.R.L
Sillón gerencial	San Remo negro	SKU 243158-0	Mza. 227 Lote. 03
Sillas giratorias	Asenti ACO9GHT negra	SKU:54460-4	Z.I.. Frente A Conafoviser
Armario de madera	Luoyang de dos puertas	SKU:218202-5	
Módulo de computadora	<u>Modupak</u> Escritorio Júpiter Nogal	SKU:295627-6	

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

#### 4.5.1.6. Requerimientos de servicios

*“El plan dúo contratado con la empresa de telefonía Movistar permite realizar llamadas a nivel nacional las 24 horas del día a destinos fijos locales, facilitando la comunicación con los proveedores del producto ubicados en la región de Piura. Asimismo, Agro Pacha S.A ha contratado el plan movistar que cubre a 50 países para datos internacionales que incluye llamadas a larga*

*distancia internacional (LDI) o móvil de cualquier operador y WhatsApp de texto ilimitado.” (MINAGRI, 2018).*

**Tabla 23.**  
*Servicios básicos para Agro Pacha S.A*

Servicio	Unidad de medida	Descripción	Proveedor
<b>Luz</b>	Kwh	Consumo de energía eléctrica	Distriluz Jr. Callao 875, Piura
<b>Agua</b>	M <sup>3</sup>	Consumo de agua potable	EPS GRAU S.A Jiron Arena y Jr. Zelaya S/N Urb. Santa Ana Piura - Piura
<b>Telefonía</b>	Tarifa Plana(plan dúo)	Consumo de telefonía fija, móvil e internet	Movistar Loreto 247, Piura

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

## 4.6. Estudio financiero

### 4.6.1. Estructura de costos

*“La estructura de costos para la implementación del Plan de Negocios, se encuentra constituida por los costos fijos y variables. Los costos fijos son incurridos de manera mensual durante todo el periodo de funcionamiento de la empresa, independientemente de las ventas realizadas. En contraste, los costos variables son los que están relacionados directamente con el volumen de ventas, es decir, que se verán incrementados en función de la cantidad de producto que se oferte al mercado.” (MINAGRI, 2018).*

**Tabla 24**  
*Estructura de costos*

Costo Variable Total (CVT)	Contendor de 40			
	Medida	cantidad	Valor Unitario	Monto Total
Unidades producidas	kg	80500	0.89	1,645.00
<b>Costo Variable Unitario (CVU)</b>	<b>kg</b>	<b>80500</b>	<b>0.89</b>	<b>1,645.00</b>

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

*“Es importante tener en cuenta que, Agro Pacha S.A, es una empresa con una estructura simple, dedicada exclusivamente a la comercialización de banano orgánico, no altera ni modifica el producto que recibe del proveedor de Piura.” (MINAGRI, 2018).*

#### **Costos fijos:**

Los costos fijos contemplan el pago de planilla del personal, durante los meses de funcionamiento del proyecto. Para efectos del plan de exportación al nuevo mercado se asumirá un gasto por concepto de alquiler.

En lo que respecta a los servicios, entre los que podemos encontrar el agua, la energía eléctrica e internet, serán asumidos de forma mensual durante el periodo de operaciones de la empresa.

*“En el concepto gastos por llamadas nivel nacional o internacional relacionadas a la supervisión de la producción, monitoreo de pedidos y atención de potenciales clientes para la exportación se contempla dentro de los servicios.” (MINAGRI, 2018).*

#### **Costos variables:**

*“Los costos variables fueron determinados básicamente mediante la entrevista a profundidad realizada, donde se pusieron en conocimientos los costos del producto.” (MINAGRI, 2018).*

#### **4.6.2. Estructura de la inversión**

La estructura de inversión, la cual está constituida por inversiones en activos fijos, capital de trabajo y gastos pre-operativos.

**Tabla 25**  
*Inversión de Proyecto*

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO S/.	TOTAL
<b>ACTIVO FIJO</b>			
<b>Maquinaria y equipos</b>			
Computadora Destok	1	1200.00	1200.00
Laptop	1	500.00	500.00
Impresora	1	1500.00	1500.00
		<b>Sub total S/.</b>	<b>3,200.00</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorio Gerencia	1	499.00	499.00
Escritorios	3	339.90	1,019.70
Sillas giratorias	3	129.00	387.00
Armario de dos cuerpos	1	352.60	S/. 352.60
		<b>Sub total S/.</b>	<b>2,258.30</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>Mano de Obra</b>			
Talento Humano	6	8,290.38	S/. 8,290.38
		<b>Sub total S/.</b>	<b>8,290.38</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
<b>Gastos administrativos</b>			
Alquiler de ambiente	1	2,000.00	2,000.00
Aportes EsSalud (9%)	1	17.50	17.50
CTS(1/12)	1	16.20	16.20
Vacaciones (1/12)	1	16.20	
Gratificaciones	1	100.00	100.00
Telefonía	1	100.00	100.00
Movilidad	1	300.00	300.00
Combustible	1	20.00	20.00
Útiles de oficina	1	15.00	15.00
Útiles de limpieza			<b>2,584.90</b>
<b>GASTOS PRE OPERATIVOS</b>			
Gastos pre operativos de producción	1		<b>53,941.00</b>
Publicidad	1	450.00	450.00
Merchandising	1	11,847.69	11,847.69
		<b>Sub total S/.</b>	<b>66,238.69</b>
		<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>82,572.27</b>

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

#### 4.6.3. Financiamiento de la inversión

La política de endeudamiento de la empresa se basa en el financiamiento a través de fondos propios y financiamiento de la entidad financiera “ Mi Banco” para no tomar el capital para la exportaciones de

los mercados ya empoderados, mientras este mercado que se financiara con un préstamo de S/. 82,572.27 y la inversión total de banano orgánico es de S/: 209,428.27.

**Tabla 26**  
*Estructura de Financiamiento*

<b>Detalle</b>	<b>Monto</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Capital Propio</b>	126,856.00	60.57%
<b>Financiamiento</b>	82,572.27	39.43%
<b>Total</b>	<b>S/. 209,428.27</b>	100.00%

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

*“Por lo tanto, la inversión se financiará por el aporte realizado por los accionistas de Agro Pacha S.A. (60.57%) y financiamiento (39.43%). El total de esta inversión está destinada en un 10.45% a activos fijos, 82.85% a capital de trabajo y 6.70% a gastos pre-operativos.”* (MINAGRI, 2018).

#### **4.6.4. Punto de equilibrio**

Considerando los costos fijos, los costos variables unitarios y precio de venta se puede establecer el punto de equilibrio para la empresa, que permite cubrir los costos fijos implicados en la operación.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Margen de contribucion}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{74,281.89}{13.86} = 5,360$$

No existiendo cambios en los costos ni en el precio durante los años por los que pasa el proyecto, el punto de equilibrio es 5,360 y se mantiene igual para todos los años.

#### 4.6.5. Proyección de ventas

Se muestra el resumen del progreso de las ventas en soles para los primeros cinco años de operación tanto en número de contenedores como en valor de venta exportada a California.

**Tabla 27**  
*Proyección de ventas de banano orgánico*

Periodos	Contenedor 40 pies FOB	Total en S/.
1 año	3	2,318,400.00
2 año	4	2,434,320.00
3 año	5	2,556,036.00
4 año	6	2,683,837.00
5 año	7	2,818,029.00

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

#### 4.6.6. Flujo de caja operativo

*“El flujo de caja o estado financiero explica la variación de cuentas de efectivo y de cuentas denominadas equivalentes de efectivo, proporcionando la base sobre la cual se evaluará la capacidad de la empresa para generar flujos de fondos.” (MINAGRI, 2018).*

El flujo de caja operativo muestra los ingresos proyectados por la venta de banano orgánico y los costos de compra del producto a los pequeños agricultores de la provincia de Morropon y sus distritos en

especial La Matanza y de los costos y gastos diversos. Es decir, son los flujos derivados de las transacciones de los ingresos de Agro Pacha S. A , además de los gastos procedentes de estas.

**Tabla 28**  
*Flujo de caja operativo (S/.)*

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		. 147204.12	151638.80	. 156206.51	160911.26	165757.14
DEPRECIACIÓN		S/. 883.33	S/. 883.33	S/. 883.33	S/. 883.33	S/. 883.33
(Flujo Operativo)		148087.46	152522.13	157089.84	161794.59	. 166640.48

INVERSIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Fijo	- 82572.27					
Capital de Trabajo	- 124186.00					
Recuperación del Capital de Trabajo (+)		- 31127.34	- . 31127.34	- . 31127.34	- . 31127.34	- 31127.34
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	- 206758.27	116960.11	121394.79	125962.50	130667.25	135513.14

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

*“Como resultado, se obtienen flujos positivos a partir del segundo año y se registra un crecimiento constante, dada la mayor frecuencia de envíos a California. El flujo de exportación es fundamental para el cálculo del valor presente neto del proyecto y la tasa interna de retorno.”* (MINAGRI, 2018).

#### **4.6.7. Flujo de caja económico**

*“El flujo de caja económico fue calculado tras combinar el flujo de caja operativo y el flujo de inversiones, aplicando el impuesto a la renta al resultado, que constituye las entradas y salidas de efectivo provenientes del proyecto. El flujo de inversiones está constituido por los flujos de efectivo a través de los cuales la entidad adquiere y transfiere activos a largo plazo y otras inversiones.”* (MINAGRI, 2018).

**Tabla 29**  
*Flujo de caja (S/.)*

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Utilidad Operativa (Depreciación)</b>		211174.94	217510.18	224035.49	230756.56	237679.25
<b>Utilidad Operativa Neta</b>		883.33	883.33	883.33	883.33	883.33
<b>Utilidad Antes de Impuestos (UAI)</b>		210291.60	216626.85	223152.16	229873.22	236795.92
<b>(Impuesto a la Renta)</b>		210291.60	216626.85	223152.16	S/.229873.22	236795.92
<b>Utilidad Neta</b>		63087.48	.64988.06	66945.65	S/. 68961.97	71038.78
		147204.12	151638.80	156206.51	.160911.26	165757.14
<b>COK ANUAL (%)</b>		<b>15.5%</b>				
<b>VANE</b>		<b>S/. 192,384.24</b>				
<b>TIRE</b>		<b>52%</b>				

Se aprecia un saldo positivo de efectivo desde el segundo año en el que se inicia la venta de banano orgánico. El Valor Actual Neto (VAN) es mayor a cero, lo que demuestra que la inversión se recuperará y generará una rentabilidad adicional, resultado de un proyecto rentable y viable.

En cuanto a la Tasa Interna de Retorno (TIR), obtiene un valor de 52%. Al ser mayor al costo de oportunidad de los accionistas (COK), se determina que el proyecto es rentable. Así mismo por ser menor a 50% demuestra la factibilidad y la generación de fondos.

#### **4.6.8. Estado de situación financiera**

El Balance General de Agro Pacha S. A para la exportación de banano orgánico con destino a California, muestra en el pasivo el capital así como el financiamiento para cubrir las operaciones de exportación.

Con respecto al capital social, se puede mencionar que este se mantiene en los cinco años.

**Tabla 30**  
*Balance General y perdidas*

CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
<b>Ventas</b>	1,771,200.00	1,859,760.00	1,952,748.00	2,050,385.40	2,152,904.67
<b>Costo de ventas</b>	1,656,873.36	1,673,442.09	1,690,176.51	1,707,078.28	1,724,149.06
<b>Gastos operativos (mano obra)</b>					
<b>Es-salud</b>	5,976.40	6,155.69	6,340.36	6,530.57	6,726.49
<b>Vacaciones</b>	5,533.70	5,699.71	5,870.70	6,046.82	6,228.23
<b>Prestamos</b>	27,323.62	27,323.62	27,323.62	27,323.62	27,323.62
<b>Gastos administrativos</b>					
<b>Gastos de ventas</b>	5,400.00	5,454.00	5,508.54	5,563.63	5,619.26
<b>Utilidad bruta</b>	-29,391.64	46,659.48	122,055.00	229,243.02	313,806.75
<b>Impuesto a la renta</b>	-8,817.49	13,997.84	36,616.50	68,772.90	94,142.02
<b>Utilidad neta</b>	-20,574.14	32,661.64	85,438.50	160,470.11	219,664.72

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

Los resultados acumulados son determinados por concepto de las utilidades retenidas el periodo interior, las cuales son reinvertidas en la empresa desde su inicio para exportar a este mercado, constituyendo así, una forma de financiamiento interno a futuro. De esta manera serán abordados los nuevos segmentos para buscar nuevos segmentos donde la empresa pueda posesionar el banano orgánico.

#### 4.6.9. Estado de resultados

El estado de resultados refleja la situación económica de la empresa, además muestra tanto los ingresos como los egresos en los que se incurrió para obtener una utilidad.

**Tabla 31**  
*Estado de resultados(S/.)*

Cuenta	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Ingresos de Actividades Ordinarias</b>					
<b>Ventas Netas de Bienes</b>	1,933,200.00	2,029,860.00	2,131,353.00	2,237,920.65	2,349,816.68
<b>Total de Ingresos de Actividades Ordinarias</b>	<b>1,933,200.00</b>	<b>2,029,860.00</b>	<b>2,131,353.00</b>	<b>2,237,920.65</b>	<b>2,349,816.68</b>
<b>Costo de Ventas</b>	1,788,397.92	1,806,281.90	1,823,842.32		1,859,484.16
<b>Ganancia (Pérdida) Bruta</b>		<b>223,578.10</b>	<b>307,510.68</b>	<b>396,344.81</b>	<b>490,332.52</b>
<b>Gastos de Ventas y Distribución</b>	5,400.00	5,454.00	5,508.54	5,563.63	5,619.26
<b>Gastos de Administración</b>	88,508.72	89,393.81	89,840.78	90,289.98	90,741.43
<b>Ganancia (Pérdida) por venta de activos</b>	883.33	883.33	883.33	883.33	883.33
<b>Otros Gastos Operativos</b>	11,510.10	11,855.40	12,211.06	12,577.39	12,954.71
<b>Ganancia (Pérdida) Operativa</b>	<b>40,266.60</b>	<b>117,758.23</b>	<b>200,833.64</b>	<b>288,797.15</b>	<b>381,900.45</b>
<b>Gastos Financieros</b>	30,906.48	30,906.48	30,906.48	30,906.48	30,906.48
<b>Resultado antes de Impuesto a las Ganancias</b>	<b>9,360.11</b>	<b>86,851.74</b>	<b>169,927.15</b>	<b>257,890.67</b>	<b>350,993.96</b>
<b>Participación de los accionistas (10%)</b>	936.01	8,685.17	16,992.72	25,789.07	35,099.40
<b>Impuesto a la Renta (30%)</b>			15,293.44	23,210.16	31,589.46
<b>Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio</b>	<b>8,424.10</b>	<b>78,166.57</b>	<b>137,640.99</b>	<b>208,891.44</b>	<b>284,305.11</b>

Fuente. Data para plan de negocios de banano orgánico a California

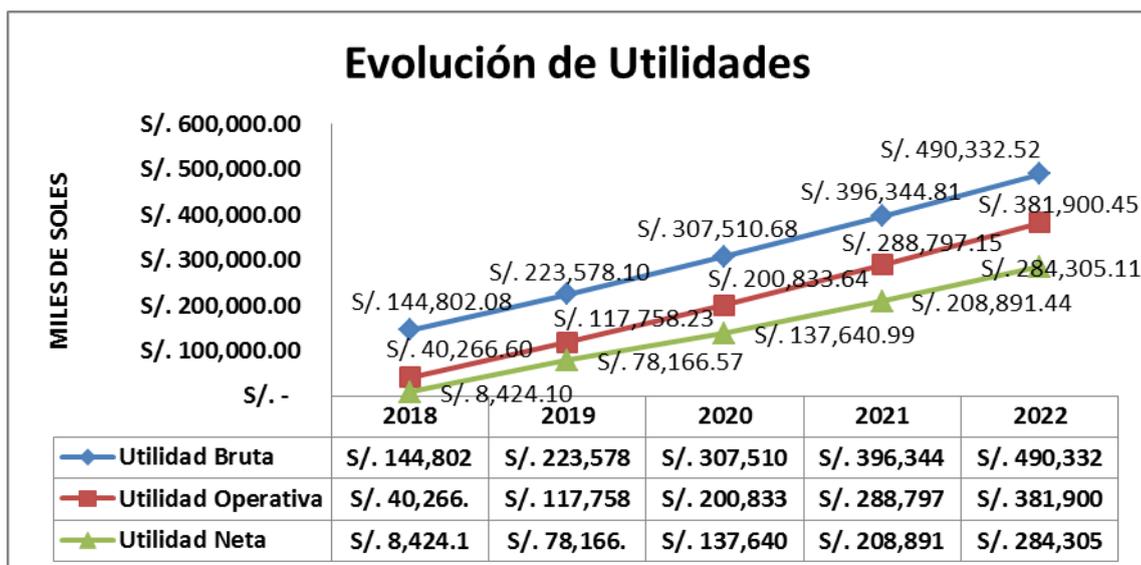


Figura 31 Evolución de las utilizadas

## CAPITULO V: RESULTADOS

**Objetivo general:** Determinar los componentes de un plan para la exportación de banano orgánico a California, desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018

**Tabla 32**  
*Componentes del plan de exportación según colaboradores de Agro Pacha S. A*

		Favorable	Muy favorable	Total
Mercado	fx	25	0	25
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Capacidad de Competencia	fx	26	13	39
	%	66,7%	33,3%	100,0%
Logística	fx	0	37	37
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Trámites aduaneros	fx	0	22	22
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	fx	51	72	123
	%	41,4%	58,5%	100,0%

Fuente. Encuesta de trabajadores de Agro Pacha S. A

Según la percepción de los colaboradores de Agro Pacha S. A, el Plan de exportación contiene cuatro componentes que resultaron favorables y muy favorables para la exportación de banano orgánico al mercado californiano.

El 100% de ellos considera que el estudio de mercado es favorable en cuanto a la calidad, precio, presentación, valor nutricional lo cual permite satisfacer el mercado californiano. Mientras que el 66,7% de ellos, considera que la capacidad de competencia empleada por la empresa a través de estrategias resulta favorable y 33,3% de ellos piensa que estas son muy

favorables para hacer frente y poder competir con el resto de países que también ofertan el banano orgánico al mercado de California.

En lo que se refiere al servicio de logística referido a la distribución, almacenamiento y transporte marítimo resultó muy favorable (100%) para la exportación de banano orgánico hacia el mercado Californiano. Por último, las tasas arancelarias no representan un costo de aranceles porque existen acuerdos comerciales donde el ingreso de frutas tiene un valor cero, y los trámites aduaneros son de fácil acceso cuando se cumple con los requisitos exigidos por el mercado demandante convirtiéndose en una oportunidad para la exportación de banano orgánico.

**Tabla 33**  
*Componentes del plan de exportación según pequeños productores*

		Favorable	Muy favorable	Total
Mercado	fx	56	0	56
	%	100,0%	0,0%	100,0%
Competencia	fx	7	1	8
	%	87,5%	12,5%	100,0%
Logística	fx	0	35	35
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Trámites	fx	0	17	17
	%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	fx	63	53	116
	%	54,3%	45,7%	100,0%

Fuente. Encuesta de pequeños productores de Agro Pacha S. A

Según la percepción de los pequeños productores de Agro Pacha S. A, el plan de exportación resulta viable porque la totalidad de los componentes resultaron favorables y muy favorables.

En lo que respecta al estudio de mercado para la exportación de banano orgánico al mercado californiano, el 100% de ellos considera que el estudio de mercado es favorable en cuanto a la calidad, precio, presentación,

madurez, sabor, tamaño, además el banano orgánico tiene un gran valor nutricional que lo convierte en una oportunidad para ser exportado.

En cambio el 87,7% de ellos, considera que las estrategias empleadas por la empresa Agro Pacha S.A son idóneas y realizables y 12.5% piensa que estas resultan muy favorable para hacer frente a los países competidores. En lo que se refiere al servicio de logística el 100% refiere que es muy factible respecto proceso de almacenamiento, distribución y transporte de banano orgánico hacia el mercado Californiano.

Por último, los trámites aduaneros son accesibles para el exportador y California tiene una política de cero aranceles para ingreso de frutos, lo que lo convierte en una oportunidad para que el banano orgánico esté presente en la mesa de los habitantes californianos.

**Objetivo específico 1.** Identificar los aspectos más importantes de un estudio de mercado de un plan de exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.

**Tabla 34**  
*Análisis del Mercado californiano según los colaboradores de Agro Pacha S. A*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco adecuado	12	9,8	9,8	9,8
Adecuado	52	42,3	42,3	52,0
Muy adecuado	59	48,0	48,0	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de trabajadores de Agro Pacha S. A

Según la percepción de los colaboradores de Agro Pacha S. A consideran que el estudio de mercado es muy adecuado (48%) para ingresar al mercado californiano, mientras que el 42,3% piensa que es adecuado y el 9.8% afirma que es poco adecuado.

Los gustos y preferencias del mercado californiano sobre el consumo de banano orgánico el estudio relación al sabor, precio, calidad, calibre (tamaño), madurez, está exento de enfermedades (gracias a las buenas prácticas agrícolas), además posee un alto valor nutricional, libre de radicales antioxidantes que contribuye a la prevención de enfermedades y patología como el cáncer en la población californiana.

**Tabla 35**  
*Análisis del Mercado californiano según pequeños productores de La Matanza*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Adecuado	99	85,3	85,3	85,3
Muy Adecuado	17	14,7	14,7	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a pequeños productores del distrito de La Matanza- Morropon.

Según la percepción de los pequeños productores del distrito de La Matanza de la provincia de Morropon consideran que el estudio de mercado es adecuado (85,3%) para ingresar al mercado californiano, mientras que el 14,7% piensa que es muy adecuado porque el banano orgánico de sus sembríos posee un excelente Sabor, calidad, calibre(tamaño), madurez, el precio es competitivo, está exento de enfermedades(gracias a las buenas prácticas agrícolas) , además posee un alto valor nutricional, libre de radicales antioxidantes que contribuye en la salud de la población californiana.

Por su parte el gerente de la empresa afirma que el estudio realizado resulta favorable y garantiza un nuevo segmento para posesionar el banano orgánico en otros estados del país que más demanda de nuestro producto.

**Objetivo específico 2.** Establecer la capacidad de competir de la empresa para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.

**Tabla 36**  
*Capacidad para competir en el mercado californiano según colaboradores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco oportuna	25	20,3	20,3	20,3
Oportuna	26	21,1	21,1	41,5
Muy oportuna	72	58,5	58,5	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de trabajadores de Agro Pacha S. A

Según la percepción de los colaboradores de la empresa afirman que la capacidad para competir son muy oportunas (58,5%), mientras que 21,1% consideran que son oportunas y el 20.3% afirman son poco oportunas. Es decir la empresa tiene capacidad suficiente para aplicar estrategias que resultan eficaces y realizables para hacer frente a la competencia a través de la promoción, la calidad del producto, el precio competitivo y el punto estratégico para la venta del banano orgánico en un estado eminentemente consumidor de alimentos orgánico y una población que crece de forma exponencial donde su mayoría son latinos.

**Tabla 37**  
*Capacidad para competir en el mercado californiano según pequeños productores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Oportuna	56	48,3	48,3	48,3
Muy oportuna	60	51,7	51,7	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a pequeños productores del distrito de La Matanza- Morropon.

Según la percepción de los pequeños productores del distrito de la Matanza de la provincia de Morropon, afirman que la capacidad para competir son muy oportunas (51,7%), mientras que 48,3% consideran que son oportunas para aplicar estrategias que resultan eficaces y realizables para hacer frente a los países que exportan banano orgánico través de estrategias de promoción, optimización de la calidad del banano orgánico, el precio competitivo y el punto estratégico para la venta del banano orgánico.

Por su parte el gerente de la empresa afirma que si es factible hace frente a la competencia en el nuevo segmento para posesionar el banano orgánico.

**Objetivo específico 3.** Identificar los procedimientos logísticos para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.

**Tabla 38**  
*Procedimientos logísticos para exportar banano orgánico según colaboradores*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco adecuado	12	9,8	9,8	9,8
Adecuado	52	42,3	42,3	52,0
Muy Adecuado	59	48,0	48,0	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de colaboradores de Agro Pacha S. A

En lo que refiere al servicio de logística propuesto por la empresa, los colaboradores piensan que es muy adecuado (48,0%) mientras que otros creen que es adecuado (42,3%) y finalmente el 9,8% afirma que es poco adecuado.

La empresa cuenta con un servicio de logística adecuado y oportuno para el almacenamiento, transporte marítimo a través de empresas navieras de reconocida experiencia, contenedores y la distribución hasta llegar a los supermercados en California.

**Tabla 39**  
*Procedimientos logísticos para exportar banano orgánico según pequeños productores del Distrito la Matanza-Morropon*

	<b>Logística</b>			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Adecuado	64	55,2	55,2	55,2
Muy adecuada	52	44,8	44,8	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a pequeños productores del distrito de La Matanza- Morropon.

En lo que refiere al servicio de logística propuesto por la empresa, pequeños productores del distrito de la Matanza de la provincia de Morropon piensan que es muy adecuado (51,7%), mientras que otros piensan que es adecuado (48,3%) el servicio de logística respecto al transporte marítimo a través de empresas navieras de reconocida experiencia, almacenamiento, los contenedores y la distribución hasta llegar a los supermercados en California.

Por su parte el gerente de la empresa afirma que la empresa si posee la logística necesaria para ingresar al nuevo segmento para posesionar el banano orgánico.

**Objetivo específico 4.** Identificar las tasas arancelarias y trámites aduaneros necesarios para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.

**Tabla 40**  
*Barreras arancelarias y trámites aduaneros para exportar banano orgánico a California según colaboradores.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Accesibles	51	41,5	41,5	41,5
Muy accesibles	72	58,5	58,5	100,0
Total	123	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta de colaboradores de Agro Pacha S. A

Según la percepción de los colaboradores de la empresa, las barreras arancelarias y los trámites aduaneros son muy accesibles (58.5%) mientras el 41,5% refieren que a veces resultan accesibles para el proceso de exportación. California con motivo de los acuerdos comerciales con Perú ha propuesto cero aranceles para el proceso de exportación y los trámites aduaneros : la factura comercial, certificado de origen y el conocimiento de embarque entre otros son trámites, que fácilmente puede obtener la empresa para iniciar el procesos de exportación.

**Tabla 41**  
*Barreras arancelarias para exportar banano orgánico a California según pequeños productores distrito de La Matanza*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Accesibles	64	55,2	55,2	55,2
Muy accesibles	52	44,8	44,8	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente. Encuesta a pequeños productores del distrito de La Matanza- Morropon.

Según la percepción de los pequeños productores del distrito de La Matanza, creen que las barreras arancelarias y los trámites aduaneros son accesibles (55.2%) mientras el 44,8% refieren que a veces resultan muy accesibles para el proceso de exportación. California con motivo de los acuerdos comerciales con Perú ha propuesto la eliminación de aranceles para el proceso de exportación de algunos productos como es el caso del banano orgánico y los trámites aduaneros como la factura comercial, certificado de origen y el conocimiento de embarque entre otros, son trámites que fácilmente puede obtener la empresa para iniciar el proceso de exportación. Situación que se convirtiéndose en una oportunidad para exportar banano orgánico a California.

Por su parte el gerente de la empresa afirma que la empresa cumple con la documentación requerida para exportar y garantiza las tasas arancelarias para exportar a California.

## CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Respecto a los componentes del plan de exportación resultaron muy favorables y favorables el estudio de mercado, la capacidad de la empresa para hacer frente a la competencia, el servicio de logística y las barreras arancelarias y tramites aduanero. Similares fueron los resultados obtenidos por Aguilar, Yulan y Blancas (2016) en su estudio concluye que el proceso de exportación cumpliendo con las exigencias del mercado de destino resultó rentable o factible para la exportación de banano orgánico a Hamburgo – Alemania. Lo que nos lleva a entender lo propuesto en la teoría de Llamazares, (2002) quien refiere que un “Plan de Exportación o proyecto de inversión es necesario que cumplan y tenga una estructura determinada siguiendo el orden secuencial década una de las operaciones de comercio internacional considerando de igual forma los aspectos claves de la estrategia de la empresa en relación a los mercados internacionales” (p.23).

Respecto a los aspectos más relatantes al análisis del mercado también este estudio resultado muy adecuado y adecuado para ingresar al mercado californiano. En su estudio Decker y Ramón (2016) quien luego de analizar la factibilidad de la exportación de banano orgánico, demostró que si resulta factible porque permite un ahorro significativo para el productor y estos resultados al cabo de los cinco años podría elevar la calidad del producto. Al respecto se puede afirmar que Mora ( 2016) sostiene en su teoría que es importante que el “empresario indague , describa oportunidades de negocios externos , mercados que sean rentables y viables de tal forma que las

organizaciones se vean comprometidas y motivadas a ejecutarlas, de esa forma se recolecte la información necesaria de los gustos y preferencias de dichos “ (p.23)

En lo que se refiere a la capacidad para hacer frente a la competencia, según los trabajadores, productores y el gerente se evidencia que es muy oportuna y oportuna con el empleo de estrategias para hacer frente a la competencia. En la investigación realizada por Cordova(2016) en su estudio para exportar banana orgánica a Alemania consideró que el incremento de comercio en escenarios internacionales resulta favorable para la producción y exportación de banana orgánica porque consigue una rentabilidad que le garantiza la factibilidad de la empresa. Al respecto, la investigadora está totalmente de acuerdo con lo propuesto por la FOES(2012) “ quien reconoce la habilidad de una empresa en mantener el crecimiento constante en cuanto a la capacidad de diseñar, producir o comercializar bienes y servicios”(p.21)

Respecto al procedimiento logístico según los colaboradores y productores y el gerente lo consideran muy adecuado y adecuado porque cuenta con la logística necesaria para el acopio, envase y envío con todas las medidas de calidad y seguridad hasta el mercado californiano. En su estudio sobre un plan de exportación de banana orgánica a EE.UU. Salazar (2014) considera que exportar a EE.UU resulta viable y le garantiza la inversión al cabo de 3 años. Castro (2000) en su teoría aclara que “Es la necesidad de planear y dirigir acciones logísticas de la empresa como un todo, por decir determinación de necesidades de materiales por el usuario, adquisición de

éstos, almacenamiento de materias primas y productos finales, distribución y la disposición final”(p.34)).

Respecto a las barreras arancelarias según los trabajadores, productores y el gerente resultan muy accesibles porque existe un acuerdo comercial de tratado de libre comercio de productos agrícolas peruanos. Castillo (2016) en su estudio para exportar banano orgánico a Holanda, determinó que Ecuador posee la suficiente producción de banano orgánico para satisfacer la demanda de Holanda, lo cual resulta muy favorable para la economía del país y además garantiza su inversión. La SUNAT (2016) considera que son “las actividades relacionadas con el tráfico de mercancías sometidas a la potestad aduanera”(pp.6)

## CONCLUSIONES

Según los resultados los componentes del plan de exportación son muy favorables y su factibilidad respecto al análisis de mercado resultó favorable, además posee capacidad suficiente para competir, posee procedimiento logístico favorable y cero barreras arancelarias que se convierte en una oportunidad para exportar banano orgánico a California.

Los aspectos más significativos para satisfacer el mercado californiano son: calidad, sabor, presentación, madurez, valor nutricional y no posee antioxidante lo que determinó que el banano piurano resultó muy favorable y favorable para ingresar al mercado californiano porque cumple con las exigencias para el consumo de alimentos orgánicos.

Agro Pacha S. A posee capacidad muy buena y buena para hacer frente a Ecuador que ocupa el primer lugar en la exportación de banano, seguido de Colombia y Guatemala que son países que también exportación al mercado estadounidense y californiano.

Los procedimientos logísticos para la exportación de banano orgánico al mercado californiano resultaron muy favorables y favorables respecto a la conservación en los contenedores, transporte marítimo y el proceso de distribución hasta llegar al cliente final en el mercado californiano.

Las tasas arancelarias para exportar el banano orgánico son manejables y los trámites aduaneros para iniciar el proceso de exportación al mercado californiano son accesibles porque cumple la factura comercial, conocimiento de embarque, lista de empaquetado, certificado de origen y las certificaciones especiales en caso de alimentos.

## RECOMENDACIONES

Según las conclusiones se pueden sugerir al directorio de la empresa Agro Pacha S.A a optimizar el estudio de mercado en vista que cada vez los consumidores son más exigentes, innovar las estrategias para hacer frente a la competencia que vez es más fuerte. El servicio logístico debe ser revisado y mejorado para optimizar este proceso y por último, dar cumplimiento a cada uno de los trámites para alcanzar la meta propuesta al cabo de los cinco años del plan de exportación.

Al departamento de Administración, a tener un grupo humano encargado de realizar anualmente un estudio de mercado con el propósito de actualizar la data existente o ver posibles demandas del consumidor que no han sido abordadas en el estudio y de esta manera de forma inmediata y oportuna cubrir estas carencias y mantener satisfecho al mercado californiano vendiéndoles un producto de calidad.

Al departamento de relaciones públicas de la empresa a revisar las estrategias propuestas para los cinco años , y buscar estrategias acorde a las nuevas tendencias que optimicen cada uno de las estrategias de plaza, de promoción, de precios y de la calidad del producto con el propósito de posesionar el banano orgánico en el mercado californiano.

Al departamento de talento humano a seleccionar, reclutar y capacitar al personal encargado del área de logística para desarrollar competencias y habilidades necesarias para efectuar cada uno de los procedimientos necesarios de acopio, almacenamiento y temperatura adecuada para el banano orgánico, el transporte local y desplazamiento a las navieras y la distribución en el país de destino que garantice todo el proceso de logística del banano orgánico.

Al departamento de comercialización de la empresa a cumplir con los requisitos exigidos por el mercado de destino y los trámites exigidos por la agencia de aduanas para el proceso de exportación hacia California, con el propósito que la fruta por ser un perecible no se vea afectado y pueda llegar en el tiempo previsto a su destino.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, Yulan y Blancas, (2016) proyecto de inversión para el desarrollo de la producción de banano orgánico ecuatoriano y su exportación a Hamburgo- Alemania.(Tesis de grado) Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil.
- Agricultura, M. d. (2011). "*Salón del chocolate - Perú*. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de Salón del cacao y chocolate:  
<<http://www.salondelcacaoychocolate.pe/logros.html>
- Agronegocios. (08 de 05 de 2017). *Peru segundo productor de cacao e el mundo*, Digital. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de Agronegocios:  
<https://agronegociosperu.org/2017/05/18/peru-segundo-pais-productor-de-cacao-organico-en-el-mundo/>
- Aguilar G, L., Blancas S, E., & Yulan B, N. (2012). *Proyecto de inversion para el desarrollo de la produccion de banano organico y su exportacion a Hamburgo -Alemania*. Tesis de grado, Escuela Politecnica delLitoral Facultad de Economia y Negocios, Guayaquil-Ecuador.
- Andina. (16 de 05 de 2016). *Produccion de cacao alcanza record historico en Peru con 108,000 toneladas*. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de Andina Noticias: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-produccion-cacao-alcanza-record-historico-peru-108000-toneladas-667111.aspx>
- Andina. (12 de 09 de 2013). Pequeños productores de la región Piura empezarán a exportar a Europa el 2014. Recuperado el 02 de 07 de 2019, de ANDINA: <https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=486027>

Atlas. (2017). Exportaciones Perunas. Obtenido de Atlas - media:

<https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/per/>

Angel A, J., Rivera S, B., & Solis M, G. (2016). *Plan de exportacion de cacao hacia el maercado de la Uniion Europea.Caso ilustrativo Caritas El Salvador*. Tesis de grado, Universidad de el salvador, San salvador.

APPCACAO. (06 de 06 de 2017). *tres muestras de cacao peruano entre las 50 finalista del programa cocoa of excellence 2017*. Obtenido de Asociación Peruana de Productores de Cacao.

Arévalo C, L., González De S, R., & Soto C, M. (2016). *Plan de negocios de exportacion de cacao en grano tostado al maercado de Estado Unidios*. Tesis de maestria, universidad Esan, Lima-Peru.

Asenjo, G. (2003). *Manual del cultivo de cacao*. Lima: Ministerio de Agricultura, Programa para el Desarrollo de la Amazonia.

Bernal, M. (02 de 07 de 2015). *Ecuador y Suiza avanzan hacia un acuerdo comercial y de más inversiones*. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de El Productor. El Periodico del campo:  
<https://www.pressreader.com/honduras/diario-el-heraldo/20170603/281509341150225>

BBCNewsMundo. (29 de 01 de 2019). *Latinos en Estados Unidos: las 10 ciudades en las que viven más hispanos*. Recuperado el 022 de 07 de 2019, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-47036609>

Castillo R, M. (2016). *Impacto de la estrategia de diferenciación en la exportación del banano orgánico del distrito de Chepén al mercado*

*Holandés – 2016*. Tesis de grado, Universidad ceesar Vallejo, Trujillo-Peru.

Chávez C, R., & Juscamaita S, M. (2013). *Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado Estadounidense*. Pontificia Universidad Catolica del Peru. Lima: pucp.

Comexperú. (22 de 01 de 2017). *El 36% de la produccion mundial de cacao se encuentra en Peru*, Digital. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de PERU 21: <https://peru21.pe/lima/36-produccion-mundial-cacao-concentra-territorio-nacional-65223>

Comercio. (13 de 06 de 2018). ADEX: Casi 80% de empresas agro exporta menos de US\$1 millón. Recuperado el 03 de 06 de 2019, de El comercio: <https://elcomercio.pe/economia/peru/adex-80-empresas-agro-exporta-us-1-millon-noticia-527601>

Cordova P, C. (2016). *Estudio de pre-factibilidad para la exportacion de banano organico para exportar y certificacion a Alemania en Productores de al provincia de los Rios-Ecuador*. Tesis de grado, Universidad de Guayaquil, Guayaquil- Ecuador.

Crespo, C., & Salvatierra, P. (2012). *Nuevos mercados para la exportacion de Cacao fino de aroma producido en los Cantones*. Universiad Politecnica salesiana. Guayaquil: UPS.

Cruz F, N. (2088). *Analisis de la cadena de Cacao en la region Piura. Bajo la metodologia Value Links/GTZ*. Informe, PIDECAFE.

Decker M, M., & Ramon C, V. (2016). *Analisis de factibilidad de la exportacion directa de banano organico haci Alemania*. Tesis de grado, Universidad Catolica de santiago de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador.

- DEVIDA. (2016). *Productos para la Marca Perú*. Recuperado el 21 de 09 de 2017, de DEVIDA: <http://www.devida.gob.pe/productos-para-la-marca-peru/>
- datosmacro.com. (20 de 04 de 2019). California. Recuperado el 02 de 07 de 2019, de datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/california>
- elempresario.mx. (2010). California, un lugar obligado para exporta. Recuperado el 05 de 07 de 2019, de elempresario.mx: <https://elempresario.mx/nuevos-mercados/california-lugar-obligado-exportar>
- Elexportador. (2016). California, el estado dorado. California: El exportador .
- El Comercio. (16 de 05 de 2017). *Produccion de cacao alcanza record historico en Peru con 108,000 toneladas*, Digital. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de El comercio: <http://elcomercio.pe/economia/produccion-cacao-alcanza-record-historico-peru-108-000-toneladas-422379>
- Espinosa E, C. P., & Mosquera N, D. R. (2012). *Estudio de factibilidad par ala prouccion de cacao en el Canton san Lorenzo, provincia de Esmeraldas*. Tesis de grado, Universidad central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Flores C, A. (2016). *Plan logistico par ala exportacion de Cacao en grano para la exportacion al mercado deEstados Unidos*. Universidad Alas Peruanas. Piura: UAP.
- FOES. (10 de 10 de 2012). *Componentes de plan de negocios*. Recuperado el 2017 de 09 de 2017, de Federaciones de organizaciones empresariasles siarianas: <http://www.foes.es/>

- García, L. (2012). *Catálogo de cultivares de cacao del Perú*. Piura: REGION PIURA.
- Gestión. (02 de 01 de 2016). Maersk compra Hamburg Süd para fortalecerse en América Latina. Recuperado el 02 de 07 de 2019, de Gestión: <https://gestion.pe/economia/empresas/maersk-compra-hamburg-sued-fortalecerse-america-latina-122398>
- Hernández.R, Fernández.C y Batista .P.(2014).Metodología de investigación.Trillas.Mexico
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). Plan de exportación. En A. Lerma, & E. Márquez, *Comercio Marketing Internacional* (cuarta ed., pág. 22). México, D.F.: Cengage Learning.
- Llamazares, O. (2002). *Global Negotiator*. España.
- Llamazares, Olegario. (2002). *Global Negotiator*. España. Recuperado el 15 de Octubre de 2018, de Global Negotiator: <http://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- Lozada S, A. (2017). *Plan de negocios para la puesta en marcha de un retail de elaboración y venta de productos a base de cacao orgánico*. Universidad de Piura. Piura: PIRHUA.
- MAXIMIXE. (2012). *Mercado del Cacao y Derivados*. Lima.
- Mejillones P, C. L., & Jaime T, V. J. (2015). *Plan estratégico de exportación de Cacao fino producido en Canton Guayaquil para el mercado de Shanghai*. Tesis de grado, Guayaquil-Ecuador.
- MINAG. (2012). *Estadísticas MINAG*. Lima-Perú: MINAG.
- Minagr. (2015). *Minagri: Exportación de banano orgánico peruano creció 94% en últimos 5 años*. Recuperado el 16 de 03 de 2018, de Minagr:

<http://minagri.gob.pe/portal/noticias-anteriores/notas-2015/12218-minagri-exportacion-de-banano-organico-peruano-crecio-94-en-ultimos-5-anos>

MINAGRI. (2015). *Estudio del cacao en el Perú y en el Mundo*. Lima: MINAGRI-DEEI.

MarcoTradenews. (05 de 08 de 2015). Perú impulsa exportaciones de productos orgánicos hacia Alemania. Recuperado el 07 de 07 de 2019, de MarcoTradenews: <http://www.marcotradenews.com/noticias/peru-impulsa-exportaciones-de-productos-organicos-hacia-alemania-39484>

MINAGRI. (2018). Situación comercial del Bno orgánico en el mercado europeo. Lima: MINEDU.

MINCETUR. (12 de 09 de 2018). Industria de alimentos peruana se consolida en la costa oeste de Estados Unidos. Recuperado el 09 de 07 de 219, de MINCETUR: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/18870-industria-de-alimentos-peruana-se-consolida-en-la-costa-oeste-de-estados-unidos>

MINCETUR. (2012). *Perfil del Mercado y Competitividad Exportadora de Cacao*. Lima-Perú: MINCETUR.

Mora, E. (2016). *Plan de negocios para el procesamineto y exportacion de pasta de cacao de la asociacion de productores de cacao" Union de casacay" ubicada en la parroquia Casacay del Canton pasaje provincial de el Oro hacia el mercado de Alemania*. Tesis de grado, Universidad Tecnica de Machala, Machal-Ecuador.

NEI. (2011). *Peru: Compendio Estadístico 2011 Sector Agrario*. Lima: NEI.

- Peña, M. (21 de 06 de 2017). *Censo de EEUU: La población hispana aumentó un 2% y la población blanca envejece*. Recuperado el 10 de 03 de 2018, de Diario la Opinión: <https://laopinion.com/2017/06/21/censo-de-eeuu-poblacion-hispana-aumento-un-2-y-la-poblacion-blanca-envejece/>
- Perez, G. (2013). *Plan de negocios para la exportacion de Cacao producido en al region 7 (Loja Zamora y eloro) hacia Holanda*. Tesis de grado, Universidad de Cuenca, Cuenca-Ecuador.
- PERÚ, C. (2012). *Semanario COMEX Perú*. Lima-Perú.
- ProChile. (2013). *Fair Trade: Productos alimenticios*. Santiago de Chile: ProChile.
- Producción de cacao*, Digital. (2013). Recuperado el 24 de 09 de 2017, de Anecacao: <http://www.anecacao.com/es/estadisticas>
- Promperu. (2 de 10 de 2014). *Importancia de la exportación*, Digital. Recuperado el 23 de 09 de 2017, de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo: <http://www.promperu.gob.pe/>
- PromPeru. (2015). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos*. Recuperado el 10 de 07 de 2019, de PromPeru: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
- Riego, Ministerio de Agricultura. (2016). *Estudio del CACAO en el Perú y en el Mundo*. En *UN ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y EL COMERCIO* (pág. 68). Lima-Peru: MAR.
- Salazar V, S. (2014). *Plan de exportacion de banano organico al mercado de estados unidos -LA 2013*. (Tesis de grado, Universidad Señor de Sipan, Lambayeque.

Lora, E. (2016). Plan de negocios para el procesamiento y exportación de pasta de cacao de la asociación de productores de cacao "Union de Casacay" ubicada en la parroquia Casacay del Cantón Pasaje Provincial de El Oro hacia el mercado de Alemania. Tesis de grado, Universidad Técnica de Machala, Machala-Ecuador.

SUNAT. (2016). Exportación, Digital. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/>

SIICEX. (2012). *Exportadores Peruanos*. Recuperado el 21 de 09 de 2017, de Siicex: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_portletid\\_=SDirectorioEmpresa&\\_page\\_=241.22800&scriptdo=&pc\\_control=pc\\_buscar&pc\\_pais=0&pc\\_tipoempresa=1750&pc\\_sector=243&pc\\_subsector=0&pc\\_region=0&txtrazonsocial=&psubpartida=&psubpartidauno=1801002000&tx](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_portletid_=SDirectorioEmpresa&_page_=241.22800&scriptdo=&pc_control=pc_buscar&pc_pais=0&pc_tipoempresa=1750&pc_sector=243&pc_subsector=0&pc_region=0&txtrazonsocial=&psubpartida=&psubpartidauno=1801002000&tx)

SUNAT. (2012). *Comunidad del Inversionista extranjero*. Obtenido de SUNAT: [http://inversionistaextranjero.sunat.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62%3Aincentivos-a-la-agricultura&catid=7%3Alegislaciontributaria3Alegislaciontributaria-](http://inversionistaextranjero.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=62%3Aincentivos-a-la-agricultura&catid=7%3Alegislaciontributaria3Alegislaciontributaria-)

SUNAT. (2016). *Exportación*, Digital. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/>

Sandoval, P. (10 de 05 de 2018). Recuperado el 03 de 07 de 2019, de El País: [https://elpais.com/elpais/2018/05/09/opinion/1525882179\\_659426.html](https://elpais.com/elpais/2018/05/09/opinion/1525882179_659426.html)

SHAREAMERICA. (07 de 03 de 2019). Los agricultores de Estados Unidos alimentan al mundo. Recuperado el 02 de 07 de 2019, de

SHAREAMERICA: <https://share.america.gov/es/los-agricultores-de-estados-unidos-alimentan-al-mundo/>

Swissinfo, c. (25 de 06 de 2006). *Crece la importación de cacao*

*latinoamericano*, digital. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de SWI

Swissinfo ch: <https://www.swissinfo.ch/spa/crece-la-importaci%C3%B3n-de-cacao-latinoamericano/5272940>

TELEGRAFO, E. (09 de 12 de 2011). *Ecuador y suiza estrechan*

*relaciones empresariales*. Obtenido de EL Telegrafo:

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-y-suiza-estrechan-relaciones-empresariales>

Turismo, M. d. (2014). Inteligencia de mercado: EE.UU. En *Inteligencia de mercado: EE.UU.* Lima-Peru: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Trademap. (2019). Importaciones de Banao organico a Estadso Unidos.

Estados Unidos: Trademap.

Vargas, K. (12 de 03 de 2015). Introducción a la agricultura de California: el

Condado de Fresno. Recuperado el 04 de 07 de 2019, de Embajada de EE.UU en España y Andora: <https://es.usembassy.gov/es/introduction-california-agriculture-fresno-county-es/>

## 1. Anexo: Matriz de consistencia

PLAN DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO DESDE LA MATANZA, PIURA AL MERCADO DE CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS			
Problemas	Objetivos	Variables	Metodología
<p><b>Problema general</b> ¿Cómo son los componentes de un Plan de exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018?</p> <p><b>Problemas específicos</b> ¿Qué factores intervienen en el Análisis de Mercado para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California- Estados Unidos, 2018?</p> <p>¿Cómo es la competencia para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018?</p> <p>¿Cuál es la logística Internacional para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018?</p> <p>¿Cuáles son las trámites aduaneros para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California, Estados-Unidos, 2018?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar los componentes de un plan para la exportación de banano orgánico a California, desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Identificar los aspectos más importantes de un estudio de mercado de un plan de exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.</p> <p>Establecer la capacidad de competir de la empresa para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.</p> <p>Identificar los procedimientos logísticos para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.</p> <p>Identificar los trámites aduaneros necesarios para para la exportación de banano orgánico desde el distrito de La Matanza al mercado de California-Estados Unidos, 2018.</p>	<p><b>Variable:</b> <b>Plan de exportación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</li> <li>✓ <b>Nivel de investigación</b> Descriptivo</li> <li>✓ <b>Muestra:</b> Colaboradores 123 Productores 116</li> <li>✓ <b>Muestreo:</b> Probabilístico simple</li> <li>✓ <b>Técnicas e instrumentos:</b> Encuesta a productores de la asociación Encuesta a trabajadores</li> <li>✓ <b>Validez:</b> Aceptable</li> <li>✓ <b>Confiabilidad:</b> Cuestionario de productores: 0.864 Cuestionario de colaboradores: 0.92 entrevista: 0.971</li> </ul>

## Anexo 2: instrumentos



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**Encuesta a la Asociación de Pequeños/as Productores/as de Banano orgánico-  
La Matanza**

Estimado Sr(a)

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información sobre un Plan para la exportación de banano orgánico a California, Estados Unidos en el año 2018. Por ello, su opinión tiene mucho valor para la investigación y será tratada con carácter académico y anónimo.

**INSTRUCCIONES**

Se presenta una de preguntas y según su grado de percepción responda marcando con un aspa (x) las opciones de alternativas según sea su parecer.

Gracias

- 1) ¿Cuáles es la variedad de banano orgánico que produce la Asociación de Pequeños/as Productores/as de Banano orgánico de Piura?
  - a) Cavendish
  - b) Rojo y Rojo-verde
  - c) French Plantain
  - d) Horn Plantain
  - e) Dominico Harton
  - f) Maqueño
  - g) Manzano
  - h) Limeño
  - i) Cuatrofilios
  - j) Pelipita
  - k) FHIA 4
  - l) FHIA 21
- 2) ¿Cuál es el principal país al que oferta el banano orgánico la empresa?
  - a) Estados Unidos
  - b) Canadá
  - c) Alemania
  - d) Chile
  - e) California
  - f) Otros \_\_\_\_\_
- 3) ¿Cuánto fue la capacidad de acopio de la empresa respecto al banano orgánico durante el 2017?
  - a) 1 a 50 Tn.
  - b) 51 a 100 Tn.
  - c) 101 a 200 Tn.
  - d) 200 a 300 Tn.
  - e) Más de 300 Tn.
- 4) ¿A Cuánto incrementó la de banano orgánico con respecto al año anterior?
  - a) 1% - 10%
  - b) 11% - 20%

- c) 21% - 30%
  - d) Más del 30 %
  - e) No hubo incrementó
- 5) ¿Cuál es la capacidad de producción máxima con la que cuenta la empresa para la exportación del banano orgánico?
- a) 1 a 50 Tn.
  - b) 51 a 100 Tn.
  - c) 101 a 200 Tn.
  - d) 200 a 300 Tn.
  - e) Más de 300 Tn.
- 6) ¿Cuál es el mecanismo que emplea la empresa para la exportación del banano orgánico a California?
- a) Bróker
  - b) Centrales de abasto(mercados, supermercados)
  - c) Industrias chocolateras
  - d) Consumidor Final
  - e) T.A
- 7) ¿Cuál e son las preferencias de California para importar el banano orgánico de la región de Piura?
- a) Sabor
  - b) Textura
  - c) Precio
  - d) Calidad
  - e) Socio Comercial
  - f) T .A
- 8) ¿Cuál es la estacionalidad que tiene el banano orgánico en la región de Piura?
- a) Mayo
  - b) Junio
  - c) Julio
  - d) A,b,c
  - e) Todo el año



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**Encuesta a los trabajadores de la empresa Aro Pacha S.A**

Estimado Sr(a)

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información sobre un Plan para la exportación de banano orgánico al mercado de California, Estado Unidos en el año 2018. Por ello, su opinión tiene mucho valor para la investigación y será tratada con carácter académico y anónimo.

**INSTRUCCIONES**

Se presenta una de preguntas y según su grado de percepción responda marcando con un aspa (x) las opciones de alternativas según sea su parecer.

Gracias

- 1) ¿Cuál es el mecanismo que emplea la empresa Agro Pachas S.A para la exportación del banano orgánico a California?
  - a) Bróker
  - b) Centrales de abasto(mercados, supermercados)
  - c) Industrias chocolateras
  - d) Consumidor Final
  - e) T.A
- 2) ¿Cuáles son las preferencias de California para importar el banano orgánico de la región de Piura de la empresa Agro Pachas S.A ?
  - a) Sabor
  - b) Aroma
  - c) Precio
  - d) Calidad
  - e) Socio Comercial
  - f) T.A
- 3) ¿La empresa Agro Pachas S.A posee tecnología de última generación para el proceso de exportación de banano orgánico?
  - a) Si
  - b) No
- 4) ¿La empresa Agro Pachas S.A dispone de un software para el control de la producción del banano orgánico?
  - a) Si
  - b) No
- 5) ¿La empresa Agro Pachas S.A dispone de un programa integral de reportes para la exportación del banano orgánico?
  - a) Si
  - b) No
- 6) ¿La empresa Agro Pachas S.A cuenta con un área especializada para el control de calidad del banano orgánico?
  - a) Si
  - b) No
- 7) ¿Si la respuesta es afirmativa, el responsable realiza los controles sobre las plagas y enfermedades que afecten la producción del banano orgánico?
  - a) Si
  - b) No

- 8) ¿Cuál es el sistema de calidad que utiliza la empresa Agro Pachas S.A para la exportación de banano orgánico?
- IFOAM
  - Fairtrade
  - Rainforest Alliance
  - UTZ Certified
  - Programa BPM
  - T. A
- 9) ¿Cuáles son los documentos requeridos que debe contar la empresa Agro Pachas S.A para exportar banano orgánico?
- Documentos Comerciales
  - Documentos de Embarque –Transporte
  - T. A
- 10) ¿Cuáles son los documentos comerciales que debe tener en cuenta la empresa la empresa Agro Pachas S.A para exportar banano orgánico?
- Factura comercial
  - Lista de Empaque (Packing List)
  - Registro fitosanitario
  - Certificado de Origen
  - Manifiesto de carga
  - DUA
  - T. A
- 11) ¿Cuáles son los documentos de embarque- Transporte que debe tener en cuenta la empresa la empresa Agro Pachas S.A para exportar banano orgánico?
- Reserva de espacio (Booking)
  - Conocimiento de embarque (Bill of Lading - B/L)
  - Certificado de circulación EUR1
  - Guía de remisión
  - T. A
- 12) ¿La empresa cuenta con las certificaciones necesarias para la exportación del banano orgánico?
- Si
  - No
- 13) ¿Cuál de los siguientes certificados son requeridos para la exportación de banano orgánico?
- Certificado Fitosanitario
  - Certificado de circulación EUR1
  - Declaración de Origen
  - Todos
- 14) ¿La empresa Agro Pachas S.A efectúa el pago de impuestos para la exportación del banano orgánico?
- Si
  - No
- 15) ¿Si la respuesta es afirmativa cuanto es el porcentaje de impuesto que paga la empresa Agro Pachas S.A para la exportación de banano orgánico a California?
- 
- 16) ¿Cuál es el impuesto para la exportación del banano orgánico?
- El régimen agrario
  - El IGV al valor de la venta
  - T.A
- 17) ¿Con la vigencia del TLC existe liberación de aranceles para la exportación del banano orgánico?
- Si
  - No
- 18) ¿Cuál es el tipo de transporte que utiliza la empresa Agro Pachas S.A para la exportación de banano orgánico?
- Marítimo
  - Multimodal

- c) Aéreo
  - d) Terrestre
- 19) ¿Cuál es la forma que la empresa Agro Pachas S.A transporta el banano orgánico?
- a) Refrigerado a una temperatura estándar
  - b) Seco
  - c) Otros \_\_\_\_\_
- 20) ¿Cuáles son las condiciones que utiliza la empresa Agro Pachas S.A C para el almacenamiento del banano orgánico?
- a) Cerrado- seco
  - b) Con ventilación
  - c) Abierto
  - d) Otros \_\_\_\_\_
- 21) ¿Cómo es la distribución en el almacén de productos terminados que aplica la empresa la empresa Agro Pachas S.A para la exportación de banano orgánico?
- a) Por países de destino
  - b) Por grados de calidad
  - c) Otros \_\_\_\_\_
- 22) ¿Cuál es la causa que produce pérdida de banano orgánico en el almacén de la empresa la empresa Agro Pachas S.A
- a) Inadecuado acopio
  - b) Exceso de maduración
  - c) Incidencia de mohos
  - d) Contaminaciones
  - e) Inadecuada Temperatura
  - f) Otros \_\_\_\_\_
- 23) ¿La empresa la empresa Agro Pachas S.A tiene un envase estándar para la exportación de banano orgánico?
- a) Si
  - b) No
- 24) ¿Cuál es la forma de embalaje interna que emplea la empresa Agro Pachas S.A para exportar el banano orgánico?
- a) Cajas
  - b) Bolsa
  - c) Saco
- 25) ¿Cuál es la forma de embalaje externo que utiliza la empresa Agro Pachas S.A para exportar el banano orgánico?
- a) Cajas
  - b) Bolsas
  - c) Sacos



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**Entrevista al Gerente General de la empresa Agro Pacha S. A**

**Cuestionario**

1. ¿La empresa aspira a seguir creciendo a su oferta exportable al 2020?
2. ¿Considera su conformidad por la cantidad de banano orgánico exportado a California, Estado Unidos?
3. ¿Considera que Estado Unidos es un país donde posesionará el banano orgánico Piurano?
4. ¿La tecnología empelada es acorde a lo exigido por los países demandantes?
5. ¿Considera usted que el proceso de exportación impide a que las empresas puedan ingresar sus producto a mercados internacionales?
6. ¿Qué tipos de impuestos paga la empresa: Impuesto a la renta, régimen agrario y otros? Por qué?
7. ¿Considera que el transporte multimodal es el más idóneo para exportar el banano orgánico a California, Estado Unidos?
8. ¿El transporte interno es importante para que la calidad del banano orgánico se mantenga durante todo el proceso de envió?
9. Las instalaciones y almacén cuentan con todas las medidas de seguridad e higiene, para el banano orgánico?
10. ¿Los proveedores juegan un papel importante para la empresa?
11. ¿Existe la posibilidad de ampliar otro mercado para la exportación de banano orgánico?

### Anexo 3: Validación de instrumentos



#### FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

##### I. DATOS PERSONALES:

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: *Maria Teresa Minga*  
 1.2 GRADO ACADÉMICO: *Magister*  
 1.3 CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: *Docente Universidad de Piura*  
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: *Plan de Explotación de Recursos Humanos de la Universidad de Piura*  
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: *Garcesita*  
 1.6 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: *Modelo de Análisis de Recursos Humanos*

##### II. ASPECTOS DE EVALUAR: (Calificación Cuantitativa)

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1.- CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2.- OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observadas					X
3.- ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad					X
4.- ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					X
5.- SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad					X
6.- INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos					X
7.- CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios					X
8.- COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					X
9.- METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio					X
10.- CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						
Total						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.2): *20*

VALORACIÓN CUALITATIVA: *Excelente*

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: .....

Piura, 18 de Diciembre del 2018

*[Firma]*

Firma y Posfirma del experto

DNI: *09730459*

Nº Telefónico: .....

*Maria Teresa Minga Tidahon*



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**I. DATOS PERSONALES:**

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: *Oscar Andres Flores Sanchez*
- 1.2 GRADO ACADÉMICO: *Muy Buena*
- 1.3 CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: *Docente Universidad Alas Peruanas*
- 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: *Impacto de la explotación de recursos pesqueros en la actividad económica de la zona de Piura al mercado de California, Estados Unidos*
- 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: *Escuela de Posgrado de Ismael Jiménez Romero*
- 1.6 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: *Encuesta*

**II. ASPECTOS DE EVALUAR: (Calificación Cuantitativa)**

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1.- CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
2.- OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observadas					X
3.- ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad				X	
4.- ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento				X	
5.- SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad				X	
6.- INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos				X	
7.- CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios					X
8.- COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					X
9.- METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio				X	
10.- CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total						
Total						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.2): ..... *15.2* .....

VALORACIÓN CUALITATIVA : ..... *Muy Buena* .....

OPINIÓN DE APLICABILIDAD : .....

Piura, 18 de Diciembre del 2018

.....  
 Firma y Posfirma del experto  
 DNI: *02824307*  
 N° Telefónico: *949624293*  
 OSCAR ANDRÉS FLORES SANCHEZ



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**I. DATOS PERSONALES:**

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: *Theresa Tapia Parades*  
 1.2 GRADO ACADÉMICO: *Magister*  
 1.3 CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: *Docente en la Universidad Alas Peruanas*  
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: *El caso de las prácticas de los docentes en la educación superior en la Universidad Alas Peruanas*  
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO: *Theresa Tapia Parades*  
 1.6 NOMBRE DEL INSTRUMENTO: *energeta*

**II. ASPECTOS DE EVALUAR: (Calificación Cuantitativa)**

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1.- CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
2.- OBJETIVIDAD	Está expresado con conductas observadas					X
3.- ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y calidad				X	
4.- ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica del instrumento					
5.- SUFICIENCIA	Valora los aspectos en cantidad y calidad					X
6.- INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos				X	
7.- CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios					X
8.- COHERENCIA	Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores					X
9.- METODOLOGÍA	Las estrategias responden al propósito del estudio				X	
10.- CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total						
Total						

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.2): *15.2*

VALORACIÓN CUALITATIVA : *Muy Bueno*  
 OPINIÓN DE APLICABILIDAD :

Piura, 18 de Diciembre del 2018

*Theresa Tapia Parades*

Firma y Posfirma del experto

DNI: *9.611.75474*

Nº Telefónico: *9.6.822.4976*

*Theresa Tapia Parades*

### Anexo 4: Alfa de Cronbach

#### Cuestionario de pequeños productores de banano orgánico

##### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	12	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	12	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,864	8

##### Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
PP1	4,00	,000	12
PP2	2,20	,398	12
PP3	3,54	,500	12
PP4	4,00	,000	12
PP5	1,00	,000	12
PP6	3,48	,502	12
PP7	3,48	,502	12
PP8	3,49	,502	12

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PP1	21,19	4,776	,000	,882
PP2	22,99	3,828	,507	,860
PP3	21,64	3,019	,868	,814
PP4	21,19	4,776	,000	,882
PP5	24,19	4,776	,000	,882
PP6	21,71	2,881	,965	,797
PP7	21,71	2,881	,965	,797
PP8	21,70	2,884	,962	,798

**Estadísticas de escala**

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
25,19	4,776	2,185	8

## Cuestionario de colaboradores de empresa Agropacha S. A

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	13	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	13	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,988	25

### Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
EC1	3,86	1,133	13
EC2	4,38	,805	13
EC3	4,38	,659	13
EC4	3,87	,932	13
EC5	4,19	1,244	13
EC6	4,00	,000	13
EC7	2,97	,768	13
EC8	2,76	,736	13
EC9	4,38	,805	13
EC10	4,38	,805	13
EC11	4,38	,805	13
EC12	3,86	1,133	13
EC13	4,38	,805	13
EC14	4,38	,659	13
EC15	3,87	,932	13
EC16	4,19	1,244	13
EC17	4,00	,000	13
EC18	2,97	,768	13
EC19	2,76	,736	13
EC20	4,38	,805	13

EC21	4,38	,805	13
EC22	4,38	,805	13
EC23	4,38	,659	13
EC24	3,87	,932	13
EC25	4,38	,659	13

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
EC1	95,89	299,243	,957	,987
EC2	95,37	310,121	,962	,987
EC3	95,37	316,515	,899	,987
EC4	95,89	306,512	,940	,987
EC5	95,57	296,952	,922	,988
EC6	95,76	338,038	,000	,990
EC7	96,79	313,266	,890	,987
EC8	96,99	315,385	,845	,988
EC9	95,37	310,121	,962	,987
EC10	95,37	310,121	,962	,987
EC11	95,37	310,121	,962	,987
EC12	95,89	299,243	,957	,987
EC13	95,37	310,121	,962	,987
EC14	95,37	316,515	,899	,987
EC15	95,89	306,512	,940	,987
EC16	95,57	296,952	,922	,988
EC17	95,76	338,038	,000	,990
EC18	96,79	313,266	,890	,987
EC19	96,99	315,385	,845	,988
EC20	95,37	310,121	,962	,987
EC21	95,37	310,121	,962	,987
EC22	95,37	310,121	,962	,987
EC23	95,37	316,515	,899	,987
EC24	95,89	306,512	,940	,987
EC25	95,37	316,515	,899	,987

**Estadísticas de escala**

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
99,76	338,038	18,386	25

## Guía de entrevista de Gerente de Agro Pacha S.A

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,971	11

### Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
PG1	3,90	1,197	10
PG 2	4,40	,843	10
PG 3	4,40	,699	10
PG 4	3,90	,994	10
PG 5	4,20	1,317	10
PG 6	4,00	,000	10
PG 7	3,00	,816	10
PG 8	2,80	,789	10
PG 9	4,40	,843	10
PG 10	4,40	,843	10
PG 11	4,40	,843	10

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
PG 1	39,90	56,100	,953	,966
PG 2	39,40	61,156	,967	,965

PG 3	39,40	64,267	,880	,968
PG 4	39,90	59,433	,926	,965
PG 5	39,60	55,156	,907	,969
PG 6	39,80	74,622	,000	,980
PG 7	40,80	62,622	,877	,967
PG 8	41,00	63,556	,830	,969
PG 9	39,40	61,156	,967	,965
PG 10	39,40	61,156	,967	,965
PG 11	39,40	61,156	,967	,965

**Estadísticas de escala**

Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
43,80	74,622	8,638	11

**Anexo 5: Documento de la empresa**

La Matanza , 18 de diciembre 2018.

CARTA N° 001-2018-MATR

Señor:

**Markus Winfried Ahr**

**GERENTE GENERAL DE EMPRESA "AGRO PACHA S.A."**



De mi consideración,

Me dirijo a usted para saludarte y comentarle que me encuentro trabajando mi tesis para titulación en la universidad Alas Peruanas "Plan de exportación de banano orgánico desde la Matanza, Piura al mercado de California, Estados Unidos", motivo por el que recurro a usted con la finalidad de solicitarle tenga a bien permitirme el ingreso a su empresa que usted lidera para obtener la información suficiente y poder desarrollar mi tesis

Agradezco anticipadamente su atención, y quedo a la espera de su respuesta

Atentamente:

**Madeleini Anai Timana Ramírez**

**Dni:46287981**

EMPRESA AGRO PACHA  
S.A.

RUC: 20492951201

La Matanza, 26 de diciembre 2018.

CARTA N° 014-2018

Señorita: Madeleini Anai Timana Ramírez

Estimada; le saludo a su persona y al mismo tiempo para hacerle llegar la respuesta de su carta ingresada con fecha 18 del presente mes. Como empresa exportadora quien dirige mi persona, le autorizo para que realice su estudio respectivo "Plan de exportación de banano orgánico desde la Matanza, Piura al mercado de California, Estados Unidos" a quien le designo al área de producción para que le facilite la información para su trabajo de investigación, quedando como compromiso que usted alcance el resultado de su trabajo final y de esta manera como empresa expandir nuestro nicho de mercado.

Saludos

Atentamente:

  
Ahr Markus Winfried  
Gerente General  
"AGRO PACHA S.A."