



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA
RENTABILIDAD DE BANANO ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN
LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS –
LAMBAYEQUE**

Autor:

Bach. Carrasco Rioja Cilcia Karen

Asesor:

Mg. Bocanegra García Miguel Angel Reinerio

Línea de investigación:

Emprendedurismo y planes de negocio

Pimentel – Perú

2017



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA
RENTABILIDAD DE BANANO ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN
LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS –
LAMBAYEQUE**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Bach. Carrasco Rioja Cilcia Karen

Pimentel – Perú

2017

**PLAN DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA
RENTABILIDAD DE BANANO ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN LA
ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS - LAMBAYEQUE**

Mg. Miguel Angel Bocanegra García

Asesor metodólogo

Dra. Emma Verónica Ramos
Farroñan

Presidente del jurado de tesis

Mg. Flor Delicia Heredia LLatas

Secretario del jurado de tesis

Mg. Carla Angélica Reyes Reyes

Vocal del jurado de tesis

Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dedicado a Dios que siempre ha estado conmigo en todo momento brindándome el apoyo espiritual que siempre necesite para poder culminar mi carrera.

A mis queridos padres que con su cariño y comprensión siempre me han acompañado en los momentos difíciles de mi vida y ahora que he concluido esa meta propuesta con mucho orgullo les devuelvo lo que me ofrecieron en su momento.

Agradecimiento

A la Universidad Señor de Sipan, por darme la oportunidad de pertenecer a su distinguida institución y lograr la meta propuesta.

A los Docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, por brindarme sus conocimientos y experiencias, que han hecho consolidar y reforzar mi vida profesional y personal.

A mis amigos compañeros de trabajo y todos los que pertenecen a la asociación por brindarme su apoyo e información que necesitaba.

A mi familia, por su apoyo incondicional.

INDICE

Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	xi
Abstract	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I:	15
PROBLEMA DE	15
INVESTIGACIÓN	15
1.1. Situación problemática	16
1.1.1. Internacional	16
1.1.2. Nacional	22
1.1.3. Local	24
1.2. Formulación del Problema	25
1.3. Delimitación de la investigación	25
1.4. Justificación e importancia	25
1.5. Limitaciones de la investigación	26
1.6. Objetivos de estudio	26
CAPÍTULO II	28
MARCO TEÓRICO	28
2.1. Antecedentes de estudios	29
2.1.1. Internacional	29
2.1.2. Nacional	30
2.1.3. Local	31
2.2. Estado del arte	31

2.3. Base teórico científica	32
2.3.1. Plan de negocio	32
2.3.1.1. Contenido de un plan de negocio	33
2.3.1.2. Teoría de las ventajas comparativas	36
2.3.1.3. Teoría del desarrollo sostenible	37
2.3.1.4. Teoría de la competitividad	39
2.3.1.5. Competitividad	41
2.3.1.6. Desarrollo sostenible	42
2.3.2. Rentabilidad de negocio	42
2.3.2.1. Estrategias de Rentabilidad	43
2.3.2.2. Productividad	44
2.3.2.4. Elementos de la rentabilidad	45
2.4. Definición de términos básicos	46
CAPÍTULO III	47
MARCO METODOLÓGICO	47
3.1. Tipo y diseño de la investigación	48
3.1.1. Tipo de investigación	48
3.1.2. Diseño de la investigación	48
3.2. Población y Muestra	50
3.2.1. Poblacion	50
3.2.2. Muestra	50
3.3. Hipótesis	52
3.4. Variables	52
3.5. Operacionalización de las variables	52
3.6. Métodos, técnicas de investigación	54
3.7. Procedimiento para la recolección de datos	55

3.8. Plan de análisis estadístico de datos	55
3.9. Criterios éticos	56
3.10. Criterios de rigor científico	57
CAPÍTULO IV:	58
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	58
4.1. Resultados en tablas y figuras	59
4.2. Discusión de Resultados	73
CAPÍTULO V:	75
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	75
5.1. Generalidades	76
5.2. Introducción	76
5.3. Fundamentación	77
5.4. Objetivos de la propuesta	77
5.5. Generalidades de la Asociación Agroimpe	78
5.6. Misión, Visión y Valores	78
5.7. Desarrollo de la propuesta	84
Análisis Económico y Financiero del PN	117
CAPÍTULO VI:	128
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	128
6.1. Conclusiones	129
6.2. Recomendaciones	129
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	131
ANEXOS	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Empresas y Asociaciones Exportadoras de Banano</i>	56
Tabla 2	<i>Operacionalización de la variable independiente</i>	58
Tabla 3	<i>Operacionalización de la variable dependiente</i>	59
Tabla 4	<i>Criterios éticos de la investigación</i>	62
Tabla 5	<i>Cantidad de reuniones</i>	65
Tabla 6	<i>Acuerdos logrados</i>	66
Tabla 7	<i>Cantidad de involucrados</i>	67
Tabla 8	<i>Grado de responsabilidad</i>	68
Tabla 9	<i>Nivel de formalización</i>	69
Tabla 10	<i>Cantidad de acuerdos conseguidos</i>	70
Tabla 11	<i>Participación societaria</i>	71
Tabla 12	<i>Volumen de producción</i>	72
Tabla 13	<i>Periodos productivos</i>	73
Tabla 14	<i>Numero de certificaciones</i>	74
Tabla 15	<i>Sistemas de contingencia productiva</i>	75
Tabla 16	<i>Nivel de seguridad de stock</i>	76
Tabla 17	<i>Precios en chacra</i>	77
Tabla 18	<i>Contratos</i>	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Cantidad de reuniones</i>	65
Figura 2	<i>Acuerdos logrados</i>	66
Figura 3	<i>Cantidad de involucrados</i>	67
Figura 4	<i>Grado de responsabilidad</i>	68
Figura 5	<i>Nivel de formalización</i>	69
Figura 6	<i>Cantidad de acuerdos conseguidos</i>	70
Figura 7	<i>Participación societaria</i>	71
Figura 8	<i>Volumen de producción</i>	72
Figura 9	<i>Periodos productivos</i>	73
Figura 10	<i>Numero de certificaciones</i>	74
Figura 11	<i>Sistemas de contingencia productiva</i>	75
Figura 12	<i>Nivel de seguridad de stock</i>	76
Figura 13	<i>Precios en chacra</i>	77
Figura 14	<i>Contratos</i>	78

Resumen

Esta investigación tuvo como principal objetivo la elaboración de un plan de negocios el cual logre la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque.

La metodología se centra en un estudio de tipo descriptivo – propositivo y cuantitativo con un diseño el cual no es experimental, donde se contó con una muestra de 29 empresas relacionadas al rubro y actividades de agroexportación del banano, a quienes se aplicó una encuesta de 14 ítems para determinar el nivel rentabilidad de producción del banano orgánico en la Asociación, determinar los factores influyentes en la preparación de un plan de negocios y demostrar las viabilidad del plan de negocio para la elaboración y exportación de banano orgánico.

Los resultados muestran que existe un adecuado volumen de producción de aproximadamente 6.6 toneladas por hectárea, lo que refleja que existe un buen nivel de rentabilidad por la constante producción de banano orgánico en la zona. Por otro lado, se aprecia que existe un alto interés y compromiso para planificar y poner en marcha el plan debido a que estos reflejan resultados favorables para la asociación y por ende repercuten positivamente en la rentabilidad de los negocios.

Por último, se desarrolló el plan financiero para determinar la rentabilidad, VAN y TIR los cuales resultaron positivos logrando así mayor interés por la puesta en marcha de mencionado plan.

Palabras Clave: Plan de negocio, rentabilidad, estrategia, asociación, banano orgánico.

Abstract

The main objective of this research was the elaboration of a business plan that achieves the profitability of organic banana production (Cavendish Valery) in the Agricultural Association Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque.

The methodology focuses on a descriptive - propositive and quantitative study with a design that is not experimental, where there was a sample of 29 companies related to the field and banana export activities, to which a survey of 14 was applied. items to determine the profitability level of organic banana production in the Association, determine the influential factors in the preparation of a business plan and demonstrate the viability of the business plan for the production and export of organic bananas.

The results show that there is an adequate volume of production of approximately 6.6 tons per hectare, which reflects that there is a good level of profitability due to the constant production of organic bananas in the area. On the other hand, it is appreciated that there is a high interest and commitment to plan and implement the plan because they reflect favorable results for the association and therefore have a positive impact on the profitability of the business.

Finally, the financial plan was developed to determine the profitability, NPV and IRR which were positive, thus achieving greater interest in the implementation of said plan.

Keywords: Business plan, profitability, strategy, association, organic bananas.

INTRODUCCIÓN

La Asociación AGROIMPE - Olmos, fue constituida en abril del 2013, integrada por 28 productores. Sus miembros son agricultores que se dedican a los cultivos tradicionales como maíz principalmente, que les genera baja rentabilidad, y apuestan por la conducción de cultivos más rentables. Su principal problemática se relaciona a la baja rentabilidad de los cultivos tradicionales, que actualmente manejan sustentados en el bajo nivel de productividad de los cultivos como maíz amarillo duro y una alta exposición a la volatilidad de los precios durante la cosecha que limitan cualquier oportunidad para mejorar el bajo nivel tecnológico de estos cultivos tradicionales, escaso uso de asistencia técnica, limitaciones en el acceso a mercado y al financiamiento, así como una débil gestión empresarial en la organización.

En ese sentido, la presente investigación busca desarrollar un plan de negocio para la fabricación, comercialización y exportación de plátano orgánico, a mercados Europeos con alta demanda de consumo lo cual representa una oportunidad para generar mayores ingresos a los agricultores e incrementar su rentabilidad en un mediano plazo.

La investigación suele dividirse en seis capítulos los cuales se especifican de la siguiente manera:

Capítulo I: se encuentra la problemática de Investigación, donde encontramos la situación del problema, entre ellos encontramos el desarrollo del problema, restricción de la investigación, justificación e importancia de la investigación, limitaciones de la investigación, y los objetivos.

Capítulo II: contiene el Marco Teórico, por medio del cual damos a conocer los antecedentes de estudios, el cambio del arte, las bases teóricas científicas y la definición de los termininos.

Capítulo III: contiene el Marco Metodológico, es decir la metodología es utilizada juntamente por el tipo y diseño de indagación, población y muestra, hipótesis, operacionalización, métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos, los juicios éticos y juicios de rigor científico.

Capítulo IV: Posee el Análisis e Interpretación de los Resultados, donde se observa los resultados estadísticos en tablas y gráficos obtenidos de la aplicación del instrumento de recolección de datos, además está la confrontación de resultados.

Capítulo V: contiene la propuesta de la investigación.

Capítulo VI: Acumula las conclusiones de la investigación y las recomendaciones en función a las conclusiones.

**CAPÍTULO I:
PROBLEMA DE
INVESTIGACIÓN**

1.1. Situación problemática

1.1.1. Internacional

La baja rentabilidad en las actividades agropecuarias suele darse debido a la ausencia o deficiente calidad de determinados aspectos, los errores de recursos hídricos, la convencionalidad y saturación de un determinado producto y la imposibilidad de acceso al crédito, dado el régimen de propiedad posesionario comunal suelen ser un gran impedimento al momento de intentar emprender el desarrollo de proyectos agrícolas rentables.

La comercialización de bananos orgánicos es relativamente nueva, aun epresenta un volumen muy pequeño. Sin embargo se ha considerado que este mercado incrementa anualmente un 20 y 30% en todo el mundo, primordialmente en los países europeos y en Estados Unidos. Se supone que si hay un crecimiento continuo de la oferta mundial del 65% aproximadamente durante un periodo de 3 años el banano orgánico representará el 3% del mercado mundial.

Los proyectos estatales o mixtos son actualmente una variable estratégica que puede revertir la situación expuesta ya que estos mecanismos de fomento permiten el acceso a recursos fundamentales como el agua para poder desarrollar actividades antrópicas no solo ligadas a la agricultura o pecuaria, sino también a la industria y otras actividades. Así mismo los programas de capital semilla y la dinamización del financiamiento permiten hoy presentar alternativas adecuadas para la realidad agraria nacional.

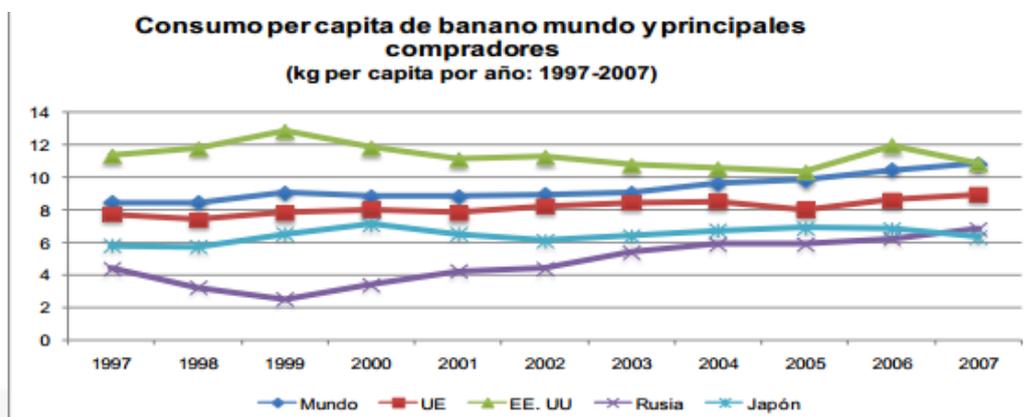
La elaboración orgánica es reconocida como una clave para el progreso sustentable, tanto social, económico y ecológico dado que esta suelen brindar atención a las demandas específicas altamente seleccionadas las cuales poseen mayor rentabilidad en el mercado, aunque la dimensión del mercado orgánico no sobrepasa el 5% del total mundial de ventas en alimentos, este se encuentra en constante desarrollo en tal sentido el principal mercado de la producción orgánica con aproximadamente 20,000 millones de dólares que corresponden al 50%

mundial de este mercado es la Unión Europea (Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture, 2009).

Para lograr el éxito en la agricultura alternativa es importante identificar los nichos demandantes, ya hablamos de la importancia de la alta segmentación sobre el mercado orgánico en tal sentido “solo una demanda suficiente hará posible un precio que permitirá la rentabilidad de la producción orgánica, para lograr esto el factor esencial es la comunicación continuada con el consumidor” (Serrano, 2009)

Lo que se busca lograr al desarrollar actividades agrícolas como la agricultura orgánica es lograr una agricultura más competitiva, con mayor equidad en la agricultura y el medio rural cambiando hacia un paradigma más sustentable fomentando la gobernabilidad en los territorios rurales y empoderando a los agricultores en pos de un desarrollo no solo agrícola sino influenciando su calidad de vida. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2007)

En el segmento de los productos orgánicos el banano es la fruta fresca más comercializada en el mundo tanto por volumen como por valor económico. La demanda del banano ha venido teniendo un resultado progresivo en función a los aumentos de la población mundial y del consumo per cápita. Entre 1997 y 2007 el consumo mundial per cápita aumentó de 8,4 a 10,8 kg por año (+28,6%) Rusia y los de la Unión Europea quienes apoyan a este comportamiento.



Fuente: Faostat- Naciones Unidas

El mercado europeo para banano es un mercado muy estable, en función a las consecuencias que se dan las diferencias en extensiones demográficas, hábitos de consumo e ingresos per cápita, el consumo de banano en la UE se centra en pocos países miembros. Alemania, el Reino Unido, Italia, España, Rumania, Suecia y Portugal, en la cual su participación se aproxima al 80%.

A diferencia de los Países Bajos el banano es considerado un commodity / producto fundamental en los supermercados por el cómodo precio que este tiene al público. El principal puerto de Europa para entrada del banano ecuatoriano es Amberes en Bélgica, donde se distribuye a países escandinavos, rusos y mediterráneos por agua (ríos y mares).

El puerto de Rotterdam trata de buscar la atracción de los exportadores de banano a su nueva terminal fría, con cuartos de maduración con tiempos mucho más cortos de liberación y entrega de contenedores (mientras en Amberes este puede tomar entre 4 a 5 horas en Rotterdam solo toma 30 minutos). Datos del FAOSTAT (división estadística de la FAO) al 2011 indican que el 95% de las bananas importadas se reexportan a la UE. 40% a Alemania, 17% a Holanda y 14% a Francia, el resto a otros destinos.

La demanda en Europa, incluida Holanda, es óptima en invierno (octubre a abril) donde el precio tiende a ponerse elevado y la oferta estable. Sin embargo, desde el 1 de mayo, hasta el 1 de septiembre, temporada de primavera-verano europea, la demanda baja y el banano es momentáneamente reemplazado por otra fruta que se da en la región según su temporada (como frutillas holandesas y belgas) por lo que los precios tienden a bajar.

Actualmente Rusia por ser un país muy productor es uno de los mayores importadores de frutas frescas del mundo, por lo que se estima que del total el 65.9% de las frutas son importadas, lo cual denota el predominio de las importaciones en el mercado ruso de frutas frescas.

El consumo anual per cápita de frutas frescas ruso ha venido incrementándose paulatinamente en los últimos años. En el 2011, las bananas representaron el mayor grupo de importaciones de frutas, constituyendo el 22.6% del total del volumen importado.

En el mercado ruso el consumo de frutas también es una actividad el cual esta muy ligada al cambio de las estaciones climáticas del año: los rusos llegan a comer alrededor del 60% del total de su consumo anual de frutas durante el verano y el 40% en el invierno. Las frutas tropicales son las que mas se prefieren durante esta última estación del año.

El banano se distribuye y se envía desde el Ecuador a Rusia en su mayoría en contenedores refrigerados y tienen su ingreso en gran medida por el puerto de San Petersburgo.

Se tiene un aproximado que para el 2015, se registre un crecimiento del 41% en la adquisición del banano por parte de los rusos, lo que se traduce en 10,6 kilos de banano al año.

La nueva tendencia en la industria del banano es el surgimiento de normas y etiquetados como Rainforest Alliance, Comercio Justo y la ISO400113.

Los consumidores piden tener garantías en función a la producción y mercadeo, es decir que tienden a bien considerar aspectos como: Calidad y seguridad del producto, medioambiente, salud y sobre todo derechos de los trabajos, precios justos al productor y trazabilidad. Solo así se podrá lograr y ganar la confianza de los consumidores.

La demanda de bananos certificados ha generado un crecimiento (certificación en orgánicos, comercio justo, amigable con el medio ambiente, laboral y social), logrando así que en la actualidad el banano certificado represente el 15% de las exportaciones mundiales

En el caso de Suecia el banano orgánico fue introducido en 1994 y representa más de 50% del total en la oferta de fruta orgánica. En los siguientes años se espera aumente la participación de mercado de banano certificado de Comercio Justo; actualmente este tiene el 7% en Suecia frente a otros países con mayor cuota, como Suiza con 58%, Reino Unido con 30% y Finlandia con 17%¹⁵.

En cuanto a banano fairtrade/comercio justo, en el 2014 Holanda importó 13, 467,069 kilos de banana (25,29% más que en el 2013), es decir 1 de cada 10 bananas que ingresó a Holanda se llegó a vender con sello de comercio justo. Esto muestra que todavía existe espacio para aumentar las ventas de comercio justo.

Los principales nichos de mercado que están creciendo son el FairTrade/Comercio Justo, donde FYFFES (importador líder de frutas tropicales) ha elaborado una gran campaña de certificación de plantaciones colombianas, y orgánicos, donde Perú y República Dominicana son los principales abastecedores latinoamericanos.

A diferencia de otras formas de consumo de banano, una importante es la mezcla de puré de banano con varios productos entre los que se suele destacar por su volumen e importancia, las mezclas de jugos y los alimentos infantiles como papillas y compotas.

En Holanda se distribuye chips de plátano orgánico y convencional, puré de banana, barras energéticas de banana, cereal de plátano, plátano cubierto con chocolate. En cuanto a chips de plátano, también conocidos como kroepoek o kripik se encuentran “plain” o caramelizados y los promocionan como un snack crujiente de fruta. (Ecuador, 2013)

La producción orgánica de Latinoamérica y el caribe están fuertemente ligadas dado los tipos de productos desarrollados en ese sentido, el 23% del total de área certificada en el mundo se encuentra en Latinoamérica el equivalente a

8.4 millones de hectáreas, distribuyéndose de la siguiente manera; Argentina con 4.1 millones de has , Brasil 1.76 millones has, Uruguay 930,000 has, México 332,485 has, Perú 216,756 has, estos volúmenes de hectareaje son manejados por el 17% del total de productores orgánicos en el mundo siendo este total de 272,232 productores. Distribuyéndose en México con 128,862 Productores, Perú 44,827 Productores, República Dominicana 23,376 Productores, Ecuador 13,930 Productores, Bolivia 11,646 Productores. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2012).

Latinoamérica es una de las regiones de mayor producción de alimentos del mundo, la región de América Latina y el Caribe tiene 209 millones de pobres cantidad equivalente al 35% de sus 595 millones de habitantes, de los cuales 81 millones sufren hambre y subnutrición. (Food and Agriculture Organization, 2013).

Esta realidad puede ser superada en latinamerica dando un viraje hacia la produccion de multiples cultivos que sean amigables al ambiente y puedan ser desarrollados por pequeños grupos de gestion con una perspectiva empresarial que permita influenciar en el mejoramiento de su calidad de vida.

Las mas amplias áreas de producción agrícola orgánica certificada en Latinoamérica están enfocadas principalmente en los siguientes productos: azúcar, cacao, café, carnes (principalmente de res y de pollo), cereales y granos, frutas frescas y vegetales, la mayoría de los cuales están destinados a la exportación hacia los mercados de los EE. UU. y los países de la Unión Europea. (Toro, 2012).

El impulso y la estructura del modelo agro productivo orgánico en Latinoamérica está sustentado sobre pequeños productores, organizaciones, iniciativas individuales privadas, con el respaldo de agentes de apoyo como, ONG, focalizadas en territorios rurales. (Cussianovich, 2010)

Si bien la producción orgánica está teniendo un fuerte incremento en el volumen de producción a nivel mundial, Latinoamérica tiene un nivel bajo de

desarrollo de los mercados locales y nacionales de productos orgánicos o prácticamente inexistentes, esto debido a la falta de sensibilización y el costo que representa la producción orgánica, a diferencia de la producción convencional y la falta de promoción por parte de los estados, en Latinoamérica quien lidera el consumo de productos orgánicos es Argentina quien poco a poco está incrementando su participación en el consumo de este tipo de productos. (Lima, 2011)

1.1.2. Nacional

En el Perú el desarrollo agrícola orgánico se sustenta en la legislación y promoción del gobierno peruano a través de la Ley N° 29196 “Ley de Promoción de la Producción Orgánica o Ecológica” teniendo como finalidad el promover el desarrollo sostenible y competitivo de la producción orgánica o ecológica en el Perú. (Congreso de la República del Perú, 2013).

Actualmente la necesidad de consumir alimentos sanos y nutritivos hace que el banano orgánico llegue a convertirse en una de las tantas alternativas productivas que más tiende a crecer en el mundo

Ley que tiene por objetivos promover e incitar la producción orgánica para ayudar con la superación de la pobreza, la seguridad alimentaria y la conservación de los ecosistemas y de la diversidad biológica de la nación, así mismo elaborar e impulsar la producción orgánica como una de las alternativas de desarrollo económico y social del país, coadyuvando a la mejora de la calidad de vida de los productores y consumidores, y a la superación de la pobreza.

En el país la elaboración orgánica tiene un alto potencial, en lo que consta a la certificación aún tenemos un largo camino por recorrer y esto debido a los altos costos de certificación, así como a la desinformación en los agricultores en función a sus beneficios.

En la actualidad, el Perú posee alrededor de 345,000 hectáreas certificadas, lo que incluye lo que es la producción orgánica, así como la

recolección silvestre, sobre todo en el departamento de Madre de Dios. Esta cifra es sumamente importante si se remonta a los cinco años atrás, cuando el total del área era de 270.6 hectáreas, lo cual deja entrever un crecimiento acumulado de 27.74%. (Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2012)

Aunque el panorama de la agricultura orgánica en el Perú es prometedor, nos enfrentamos con grandes desafíos para lograr su optimización, siendo el principal problema la atomización de las tierras, producto de la Reforma Agraria del dictador Juan Velasco Alvarado lo cual resta competitividad a las actividades agro productivas, entre 1996 y el año 2011, 355,655 Has fueron adquiridas por diversos compradores. El 53% fueron entregadas por el Estado, a través de la subasta de irrigaciones, otro 31% corresponde al traspaso de acciones del Estado que poseía en las cooperativas azucareras y solo 55,071 has (el 15.5%) fueron de transferencia privadas, bajo este panorama si se lograse la articulación en cadenas productivas y ofertas organizadas se podría desarrollar e incrementar nuestra participación como ofertante reduciendo los onerosos costos de este modelo productivo volviendo más competitivo al sector.

Actualmente el Perú produce y exporta de manera orgánica Palta, Jojoba, Nueces, Maca, Jengibre, Mango, Quinoa, Cacao, Banano, Café. Siendo sus principales productos de exportación El Café, La Palta y El Banano. (Valderrama, 2011).

Actualmente existe un notable incremento en el número de productores en desarrollo de transición a la agricultura ecológica, el cual a corto y mediano plazo acrecentarán la oferta y la diversidad de productos orgánicos.

Uno de los tantos productos orgánicos que representa mejor estas condiciones en el Perú es el sector de la banana orgánica, el cual ha se ha desarrollado prácticamente de la nada a 4.000 hectáreas de plantaciones en los últimos 17 años, cifra que podría alcanzar a las 8.000 hectáreas si continúa la creciente demanda por el producto en los mercados internacionales, en tal sentido

el “Perú usualmente no exporta ninguna banana que no sea orgánica dándose el caso de que el 99% de las bananas que se cultivan son orgánicas y la gran mayoría se encuentran en la costa norte en Tumbes, en Piura que representa el 75% y Lambayeque”, (Duarte, 2012)

En tal sentido estratégicamente la banana posee una ventaja sobre los demás productores ya que “la peor enfermedad de la banana, la Sigatoka Negra, no está aquí. A veces suele aparecer en los meses lluviosos de febrero y marzo, pero luego de esas fechas ya no tenemos lluvia y es la humedad la condición que ayuda a desarrollar la enfermedad”. (Duarte, La ventaja de la banana orgánica peruana, 2012)

Dado a que esta enfermedad ha llegado a obligar a muchos productores de otros países a gastar dinero en grandes cantidades de fungicidas o fertilizantes orgánicos a razón de combatirla, siendo el Perú privilegiado al superar ese costo de manera casi imperceptible, el único reto es poder conseguir bastante nitrógeno para que las plantas de la fruta puedan crecer y desarrollarse saludablemente.

1.1.3. Local

Los productores agropecuarios del caserío se encuentran agrupados en la Asociación Agrícola Agroimpe, Valle Viejo Olmos, esta asociación actualmente tiene una baja rentabilidad en su producción, debido al escaso acceso a los recursos hídricos producto del periodo de estiaje que soportan sus hectáreas de producción y la dificultad para el acceso al crédito motivo por el cual su producción está ligada a cultivos tradicionales como el Maíz Amarillo Duro, Camote, Yuca, el Frijol Caupi, el Frijol de Palo, Limón, el Mango y la crianza de animales menores como caprinos y porcinos, activos de baja rentabilidad que involucran costos superiores muchas veces al rendimiento obtenido por campaña.

El Proyecto de Irrigación Olmos en el presente año 2013 pondrá en marcha la operatividad del sistema de riego, el cual tendrá como principal función irrigar

las hectáreas del valle viejo y las del valle nuevo, zonas productivas en proceso de desarrollo agrícola, en tal sentido el acceso al recurso hídrico que los pobladores dispondrán les permitirá desarrollar nuevas oportunidades que solo a través de un modelo productivo asociativo podrá repercutir favorablemente en sus actividades.

Los problemas básicos a investigar son la baja rentabilidad de los cultivos estacionales y su relación con la economía de los asociados de la asociación agropecuaria Agroimpe del caserío del mismo nombre en el distrito de Olmos.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque?

1.3. Delimitación de la investigación

Dicha investigación se desarrolló en el llamado caserío Valle Viejo, del distrito de Olmos, provincia de Lambayeque, nombre homónimo del departamento

La organización a estudiar será la Asociación Agropecuaria Agroimpe por un periodo no mayor a 4 meses siendo el desarrollo de la investigación el caserío Valle Viejo del distrito de Olmos la provincia de y la provincia de Chiclayo, los sujetos a participar serán todos los involucrado directo e indirectos de la asociación incluyendo miembros de la asociación, hectareaje productivo, productos y compradores.

1.4. Justificación e importancia

Justificación de la investigación

La investigación tiene por objetivo determinar las relaciones entre la rentabilidad de la producción tradicional y la rentabilidad de la producción de banano orgánico como alternativa de cultivo y producción

Los resultados de la investigación serán fundamentales ya que servirá como base para la toma de decisiones durante la elección de cultivos orgánicos de alta rentabilidad.

En cuanto a su justificación metodológica, el presente estudio aplicó el método de análisis documental y trabajo de campo para obtener información respecto a la rentabilidad que puede brindar un adecuado plan de negocio para el cultivo del banano orgánico.

Socialmente la investigación se justifica porque complementará a estudios similares a los que aquí se plantean ya que servirá de marco referencias para futuras investigaciones, de igual modo se beneficiaran los interesados en obtener la viabilidad del plan de negocio ya que este estudio servirá como herramientas de gestión para la puesta en marcha del plan.

1.5. Limitaciones de la investigación

Información oficial actualizada.

Idiosincrasia de los pobladores (desconfianza)

Sucesos imprevistos que aplacen el cronograma de trabajo.

1.6. Objetivos de estudio

Objetivo general

Determinar la factibilidad de producir banano orgánico a través de la elaboración de un Plan de Negocios para lograr rentabilidad durante la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque.

Objetivos Específicos

Determinar el nivel rentabilidad de producción del banano orgánico en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.

Determinar los factores influyentes en la elaboración de un plan de negocios para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.

Elaborar el plan de negocio para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

2.1.1. Internacional

Cáceres (2010), en su tesis, Proyecto de Inversión para el desarrollo de la producción de Banano Orgánico y su exportación a Alemania, el cual tuvo como tipo de estudio descriptivo, exploratorio con diseño no experimental, nació como consecuencia de la progresiva demanda detectada de productos orgánicos ya que desde hace algunos años, el mercado de Alemania y otros países, sus consumidores han optado por mejorar su calidad de vida y preocuparse más por su salud por lo tanto han optado medidas de consumo orientadas a adquirir con mayor frecuencia productos orgánicos de importación. La investigación tuvo como objetivo un plan de negocios para la producción y venta al exterior de banano orgánico, en donde se llegó a la conclusión general de que el plan de negocio es totalmente viable con una tasa interna de retorno mayor a cero, lo que se demuestra que el proyecto es rentable y sostenible en el tiempo.

Ramón (2010) en su investigación titulada: Análisis del impacto socio económico originado en la provincia de El Oro por la producción y exportación del banano orgánico a la unión europea, estudio por el cual fue de carácter cuantitativo con diseño transversal, se concluye que el proceso de producción de Banano Orgánico en la provincia, da el inicio de una nuevo tiempo que rompe los paradigmas tradicionales de producción de banano, permitiendo mejorar la condición de vida de muchos ecuatorianos, generalmente a los pequeños productores. Los beneficios socio económicos como consecuencia de las exportaciones de banano orgánico sobre todo por la provincia de El Oro es de un hecho importante pues establece un mercado equitativo para el desarrollo sostenible de los productores rechazados y desfavorecidos, obteniendo de esta manera un precio que cubre el costo de producción y un sobre precio adicional en función a la inversión en la mejora de las condiciones sociales, medioambientales o de calidad del producto. Los costos del proceso de transformación a un producto orgánico al principio son altos, porque para obtener la certificación orgánica se solicita de un período de conversión de tres años sin recibir sobrepuestos.

2.1.2. Nacional

Valenzuela (2010) en su tesis titulada, Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la producción y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos, en la cual se aplicó un tipo de estudio descriptivo, experimento, su objetivo principal fue determinar la pre factibilidad para la implementación de una de las tantas empresas productoras de harina de banano orgánico, con referencia al análisis de mercado se concluye que Estados Unidos es uno de los principales consumidores de productos orgánicos del mundo. Así mismo se caracteriza por su carácter netamente importador, casi la totalidad de su demanda es cubierta por productos importados, por otro lado, el mercado proveedor, se presenta como un obstáculo para atender la creciente demanda de las exportaciones de harina de banano orgánico debido a que solo se puede contar con proveedores cuyos cultivos cuenten con certificación orgánica. Para exportar los productos al mercado americano, se garantiza que el producto básico, banano, provenga de parcelas certificadas. Hay que añadir que, se debe certificar el producto final como producto orgánico. Por último, los indicadores de rentabilidad hallados fueron los siguientes: VPN, TIR, B/C y PR, lo cual los resultados demostraron que el proyecto es económicamente viable. El proyecto presenta un VAN de US\$ 186,039, un B/C de 2.05, un TIR de 35% y un PR de 2 años.

Contreras (2010), en su tesis titulada, Plan de exportación de Banano Orgánico, la cual tuvo un tipo de estudio descriptivo, propositivo, el autor manifiesta que el Perú ha comenzado a sobresalir ya desde hace un tiempo con los productos del sector agrario para la exportación, en particular con los productos de tipo orgánico. Su objetivo principal fue el de elabora un plan de exportación de banano orgánico al mercado alemán, debido a que este país tiene un alto índice de consumo por productos orgánicos, originados por un incremento por los hábitos de consumo de alimentos más saludables. Determino también que el país de Republica Dominicana es la principal competencia de Peru en cuestión a la exportación de productos orgánicos, por esta razón es que se deben tomar medidas de mejora y aprovechar la biodiversidad para producir productos de

mayor calidad nutritiva y que contribuyan a obtener productos acordes a los estándares de calidad internacionales.

2.1.3. Local

Rioja (2010) en su investigación: Plan de negocios para la exportación de mango orgánico y frutos orgánicos, Chiclayo 2010, desarrollo un tipo de estudio descriptivo, con un diseño no experimental, tuvo como principal objetivo el de realizar un plan el cual demuestre la viabilidad y rentabilidad de la exportación de mango y frutos orgánicos al mercado Europeo, en donde se pudo determinar que es necesario realizar una investigación de mercados previa para conocer directamente a que mercado deseamos enfocarnos. De igual manera, en el plan de negocio se desarrolló en base a frutos orgánicos para su exportación a mercado de tipo de consumo saludables. Es importante contar con una proyección de ventas el cual permita estimar cuales son los resultados posibles que obtendremos en el tiempo.

Por último, el presente estudio tuvo como resultados a un VAN y TIR mayores a cero y con grandes posibilidades de crecimientos por ventajas competitivas como la calidad de los productos y la capacidad de inversión de los interesados en el tema.

2.2. Estado del arte

Alvarado (2014), no manifiesta que los estudios actuales sobre la competitividad en el desarrollo de las actividades se limitan a los estudios relacionados a los planes de negocios o proyectos de inversión orientados a la producción de cultivos de alta rentabilidad, en el caso del banano orgánico la mayor tecnología desarrollada como parte de los sub procesos es el grado de transformación en insumo industrial y la de la valorización por certificaciones siendo el grado absoluto de presentación.

2.3. Base teórico científica

2.3.1. Plan de negocio

Según Stutton (2010) un plan de negocio es un conjunto de documentos preparados por la gestión de una entidad para resumir sus objetivos operativos y financieros para el futuro cercano (por lo general uno a tres años) y para expresar la manera en la que se lograrán. p. 16

Sirve como guía para enseñar las políticas y estrategias de la empresa, y es diariamente modificado de acuerdo a las diversas condiciones cambiantes y a las novedosas oportunidades y/o amenazas que surgen en el transcurso del tiempo.

En tal sentido, un plan de negocio es un documento escrito que describe la naturaleza del negocio, la estrategia de ventas y marketing, el fondo financiero, y que contiene una declaración de pérdidas y ganancias proyectadas.

Un plan de negocios es también una hoja de guía que proporciona direcciones para que una empresa puede planificar su futuro y ayuda a evitar baches en el camino. El tiempo que pasa haciendo su plan de negocio completo y exacto, y mantenerlo hasta a la fecha, es una inversión que paga grandes dividendos en el largo plazo. (Stutton, 2010 p. 56)

El plan de negocios debe ser conforme a las pautas generalmente aceptadas con respecto a la forma y el contenido. Cada sección debe incluir elementos específicos y abordar cuestiones relevantes que las personas que leen su plan lo más probable es que se muestren interesadas en invertir o asociarse.

tal sentido, la finalidad de un método de negocios es trabajar la estructura de un negocio de forma ordenada, facilitando información relevante la cual podemos plasmar estratégicamente para el logro de objetivos a corto y mediano plazo.

2.3.1.1. Contenido de un plan de negocio

Página de título y contenido.

Un plan de negocios debe ser presentado en una carpeta con una cubierta lista el nombre de la empresa, el nombre (s) del director, dirección, número de teléfono, correo electrónico y sitios Web, y la fecha. (Stutton, 2010 p. 56)

Su elaboración permite tener por escrito con claridad los objetivos del negocio, aplicando métodos adecuados los cuales se emplearan para alcanzar los objetivos propuestos.

Se debe incluir la misma información en la página del título. Si se tiene un logotipo, es importante colocarlo. Posterior al índice, sigue el resumen ejecutivo o declaración del propósito, de modo que los lectores puedan encontrar rápidamente la información o datos financieros que necesitan.

Resumen Ejecutivo

De acuerdo con Blank (2010) el resumen ejecutivo, o una declaración de propósito, encapsulan sucintamente su razón para escribir el plan de negocios. Se le dice al lector lo que quiere y por qué. El resumen o la declaración deben ser no más de media página de largo y deben tocar en los siguientes elementos clave:

Concepto del negocio, el producto o servicio, el mercado al cual se dirige. Características financieras incluyen aspectos financieros más destacados, como las ventas y ganancias.

Los requisitos financieros afirman cuánto capital se necesita para el inicio o expansión, ¿cómo se va a utilizar y qué garantía está disponible. La posición actual proporciona información relevante sobre la empresa, su forma jurídica de la operación, cuando será fundada, los principales propietarios y personal clave. (Blank, 2010 p. 23)

Relacionando lo mencionado por el autor, un plan de negocio se elabora porque es la brújula del empresario ya que este documento encamina el ciclo de

vida de la PYME, para una mejor evaluación financiera y distribución adecuada de los recursos.

En pocas palabras, un plan de negocio es el ingrediente indispensable para que un negocio tenga éxito.

Descripción del Negocio

La descripción del negocio por lo general comienza con una breve explicación de la industria. Al describir la industria, hablar de lo que está pasando ahora, así como las perspectivas para el futuro. Hacer las investigaciones necesarias para que pueda proporcionar información sobre todos los diferentes mercados dentro de la industria, incluyendo referencias a nuevos productos o desarrollos que podrían beneficiar o dificultar su negocio. (Blank, 2010 p. 25)

Un plan de negocio permite al accionista o gerente conseguir ofertas de compra venta, licencias o franquicias y hasta financiamientos bancarios, ya que este documento dará a conocer si el negocio es viable o no.

Descripción del Producto o Servicio

La forma de describir el negocio suele ser unos cuantos párrafos a unas pocas páginas de longitud, teniendo en cuenta la complejidad de su plan. Si dicho plan no suele ser demasiado complicado, se mantiene su descripción del negocio a corto, redactando a la industria en un solo párrafo, el producto en sí, y el negocio y los factores de éxito en dos o tres párrafos más. (Blank, 2010 p. 27)

Al describir el tipo de producto o servicio, debemos atestiguar de que los lectores tienen una idea clara de lo que se está hablando. Debemos explicar de qué manera la gente usa dicho producto o servicio y que hace que el producto o servicio sea diferente de otros disponibles en el mercado, es indispensable ser específico acerca de lo que establece el negocio aparte de los competidores.

Análisis de Mercado.

Un profundo análisis del mercado ayudará a definir las perspectivas, así como ayudar a establecer la fijación de precios, distribución y estrategias de promoción que ayudará a la empresa tener éxito frente a frente con su competencia, tanto a corto como a largo plazo.

Se debe comenzar el análisis definiendo el mercado en términos de tamaño, la demografía, la estructura, las perspectivas de crecimiento, tendencias y potencial de ventas. A continuación, se determina la frecuencia del producto o servicio va a ser adquiridos por su mercado objetivo. (Blank, 2010 p. 28)

Dicho documento otorga al gerente mayores posibilidades de éxito de la empresa, pues permite confrontar las ideas con la realidad utilizando todos los factores relevantes de la empresa.

Análisis Competitivo.

El propósito del análisis competitivo es determinar:

Las fortalezas y debilidades de los competidores en el mercado.

Estrategias que proporcionará una clara ventaja competitiva.

Las barreras que se pueden desarrollar para evitar que la competencia en el mercado donde va dirigido el plan de negocio.

Las debilidades que se pueden explotar en el ciclo de desarrollo de productos.

(Blank, 2010 p. 30)

El primer paso en un análisis de la competencia es identificar tanto la competencia directa e indirecta para el negocio, tanto ahora como en el futuro. Una vez que se hayan agrupado los competidores, se procede a analizar las estrategias de marketing y la identificación de las áreas vulnerables mediante el examen de sus fortalezas y debilidades. Esto ayudará a determinar la ventaja competitiva.

Operaciones y Gestión.

El componente de las operaciones y la gestión del plan están diseñado para describir cómo funciona el negocio sobre una base continua. En el plan de operaciones destaca la logística de la organización, tales como las responsabilidades del equipo de gestión, las tareas asignadas a cada división dentro de la empresa, los requisitos de capital y gastos relacionados con las operaciones de la empresa. (Blank, 2010 p. 35)

Componentes financieros de su Plan de Negocios

Según Galindo (2008), después de definir el producto, el mercado y las operaciones, la siguiente etapa para tomar en cuenta son los tres estados financieros que forman la columna vertebral del plan de negocio: el período de resultados, estado de flujo de caja y balance general.

El estado de resultados es un informe simple y directo en la capacidad generadora de efectivo del negocio. Se trata de un cuadro de mando en los resultados financieros del negocio que refleja las ventas que se realizan y cuando se incurre en gastos. (Galindo, 2008, p.81)

Mediante la combinación de estos elementos, el estado de resultados ilustra hasta qué punto su empresa gana o pierde durante el año restando el costo de bienes y gastos de los ingresos para llegar a un resultado neto, que puede ser una ganancia o pérdida. Además del estado de resultados, se incluirá una nota para analizar los resultados. El análisis debe ser muy corto, haciendo hincapié en los puntos clave de la cuenta de resultados.

2.3.1.2. Teoría de las ventajas comparativas

La culminación principal del comercio y la producción es la ganancia que se llega a obtener al realizarse las transacciones entre personas organizadores ya sean públicas privadas o mixtas los países. En tal sentido el prototipo de la ventaja comparativa basado en las desigualdades de la productividad del trabajo,

de David Ricardo el cual señala que, “la competitividad en una economía se basa en la necesidad de poder tener conocimiento en base a los precios relativos de los bienes en función a la economía, con el objetivo de comparar un precio de un bien en términos del otro buscando la maximización de la ganancia”. (Carbaugh, 2009)

En el comercio internacional el modelo de la ventaja comparativa permite entender los tipos de razones por las que se produce el intercambio comercial y sobre las consecuencias del comercio en cuestión al bienestar nacional, la teoría de Ricardo determina el concepto de porque los países desarrollaran exportar los bienes en los que tienen mayor productividad lo cual fue confirmado con el transcurso del tiempo, el mercado internacional alimentario cada vez más se encuentra enfrentado a un problema relativo a los precios, es aquí donde las naciones luchan por obtener el liderazgo y ser las mejores en rentabilidad, la teoría de Ricardo nos ayuda a entender como de manera comparativa el poseer costos menores y por ende precios puede significar una de las variables que conlleven al éxito.

2.3.1.3. Teoría del desarrollo sostenible

La sustentabilidad es parte componente en el modelo de crecimiento económico, sin embargo, sus limitaciones nacen del hecho de lo poco explícita y operativa que resulta. Por ello es necesario desarrollar contabilidades nacionales verdes, que permitan dar cuenta de los impactos ambientales. (García, 2011)

La productividad ambiental y el desarrollo sostenible guardan una dependencia sobre calidad del ambiente y está esta la que asegura la continua renovación de los recursos. (Michela Mayer, 2009)

Los autores, cuestionan que todas las estrategias de proceso, Sustentables guardan una relación directa con la calidad ambiental, siendo estas necesarias para la productividad amigable al ambiente, la conservación del medio ambiente es la clave para lograr un equilibrio productivo que involucre el cuidado y el

mejoramiento de la calidad de vida de las personas, no solo mejorando sus condiciones de vida ambientales sino desarrollando actividades que económicamente les sirvan como sustento

Las estrategias de promoción de exportaciones en el marco del modelo de desarrollo neoliberal, promueve el desarrollo de actividades exportadoras de sectores intensivos en relación a los recursos naturales, con la supeditada pérdida de biodiversidad, lo cual afecta a la calidad de vida y la productividad sostenible, sin embargo, es que en las últimas décadas, como resultado a la pobreza y a problemas de degradación ambiental, retoma la necesidad de dar un viraje hacia el desarrollo sostenible.

“La tendencia hacia la máxima rentabilidad a corto plazo en cuanto a la manera de usar los recursos naturales es la de aprovechamiento indiscriminado, teniendo como consecuencia el desgaste y desaparición de los recursos, y conservarlos y hacerlos sostenibles”. (Coremberg, 2010)

Hawkes (2009) sostiene que “La agricultura sostenible tiende a referirse a sistemas agrícolas cuyo principal objetivo es disminuir o eliminar los perjuicios ambientales”, concierne el uso esencial de los recursos naturales y la problemática de la contaminación ambiental como consecuencia del insesante desarrollo industrial y sobre todo tecnológico. Por lo cual el desarrollo sostenible requiere racionalidad en las decisiones humanas para el uso de los recursos, vinculando el amparo del medio ambiente y de la salud, como elemento fundamental del desarrollo.

En tal sentido la mejor forma de preservar u desarrollar es realizar actividades mitigables que no generen impactos ni pasivos irreversibles, eso se logra solo a través de prácticas amigables al ambiente, como la agricultura orgánica.

2.3.1.4. Teoría de la competitividad

Michael E. Porter propone el concepto de competitividad local y a nivel de país. Bajo esa óptica, “el término competitividad se ha llegado a difundir de tal manera en los países en vía de desarrollo y sub desarrollados, convirtiéndose en una estrategia de desarrollo para sus economías” (Porter, 2009).

La competitividad ha empezado a tener relevancia en el mundo económico actual y con mucha más precisión entre las empresas y el modo de tomar posición en el mercado, sea por el tipo de calidad, precios bajos de la producción o por niveles de productividad alcanzados. (Boza, 2011)

La competitividad dentro del comercio internacional indica la capacidad que llega a tener un país para mejorar su intervención en los mercados elevando así mismo, el nivel de vida de las poblaciones. En la actualidad, la competitividad es la prioridad de las regiones y naciones y forma el núcleo de sus respectivas estrategias nacionales de desarrollo.

En la actualidad, la competitividad puede lograrse a través de la disminución de costos y precios recíprocos, la diferenciación de productos, la segmentación de mercados, la marca, la calidad y los servicios de atención a los clientes.

En este aspecto no solo la tecnología debe estar situada bajo esos parámetros también la alimentación y la salud guardan una estrecha relación entre estos potenciales aspectos.

(Carbaugh, Economía Internacional, 2009) “La competitividad a nivel de todo el país es el valor en el cual una nación puede, en condiciones de libre mercado, generar bienes y servicios, consentidos por los mercados internacionales, y que a la vez, pueda mantener e incrementar, el ingreso existente de sus ciudadanos durante el largo plazo”

Innovación y Competitividad en la Sociedad del conocimiento nos lleva a determinar los roles inteligentes en la gestión de los recursos, ser competitivo de manera coherente al medio ambiente es ser competitivo ya que nos permite tener

mañana lo que podríamos desaparecer hoy y seguir utilizándolo (Martínez, Martínez, Alba, Garnica, & Rodríguez, 2009)

En tal sentido la competitividad guarda estrecha relación con el adecuado uso y gestión de los recursos la optimización de usos y la preservación de los mismos.

Asociatividad en Latinoamérica

La asociatividad como parte del proceso de generación de capacidades productivas guarda una estrecha relación con el desarrollo sustentable ya que la asociatividad rural agrícola encaminada a través de un “enfoque asociativo empresarial como estrategia para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas” (Carazo, 2009).

Actualmente la mayor parte de los puestos de trabajo de Latinoamérica se encuentran sustentados por pequeños emprendimientos de 3 a 5 personas los cuales inician sus actividades sobre asociaciones que poco a poco van desarrollando hasta convertirlas en empresas

Desde 1960 los grandes problemas que enfrenta la agricultura latinoamericana están supeditada a la tenencia de propiedad y al tamaño de esta ya que cada vez es más difícil conciliar pequeñas parcelas que de por sí solas resultan improductivas en cualquier operación, este problema ha generado pobreza y a la vez un desplazamiento de los antiguos pobladores rurales a áreas urbanas donde muchas veces las condiciones de vida resultan peores a la de origen”. (Rodríguez, 2009)

Las nuevas corrientes de pensamiento lograron identificar problemas estructurales sociales los cuales pueden ser afrontados de manera conjunta por diversos componentes de la sociedad, la creación de grupos productivos desde Chile a República Dominicana con el fin de desarrollar proyectos atractivos que posean una oferta considerable en el mercado ha dado la señal de que es la clave al problema que aqueja la producción en Latinoamérica la cual a través de este

modelo ha sabido crecer y adecuar su participación en el mercado. (Carmen A. Miró, 2009)

2.3.1.5. Competitividad

Latinoamérica está cambiando el paradigma de la agricultura convencional por el paradigma de la producción con valor agregado, poco a poco los procesos certificados y los niveles de transformación y sub transformación están llevando a la agricultura a una evolución de valor, la cual hace frente a los nuevos retos de mercado, en tal sentido cabe preguntar ¿Qué tan competitivos somos como productores agrarios? En los países de América Latina y el Caribe la pequeña y mediana industria de alimentos cumple un rol de gran importancia debido a la nueva aparición de un desmesurado número de empleos que se convierten en nuevos beneficios económicos para la población, dicha industria genera nuevos productos esenciales que conforma la canasta alimenticia básica. Pero por otro lado, la escasa competitividad produce un problema, sobre todo en los momentos en que en muchas partes del mundo ocurren importantes cambios tanto económicos y sociales. (Cuevas, 2009)

Los rendimientos por hectáreas han ido en incremento, pero el manejo agronómico de los cultivos hace necesario el incremento de los costos productivos sobre todo cuando se trata de manejar las enfermedades que atacan a las plantaciones, por otro lado la falta de capacidades técnicas de los agricultores hace que malas prácticas incrementen aún más los costos que finalmente termina por restarle competitividad al cultivo perjudicando sus ingresos.

Da Silva (2009) indica que existe un crecimiento significativo de la producción agropecuaria de Latinoamérica, pero ésta se encuentra concentrada en algunas regiones específicas, en las cuales se desarrollan determinados productos, por lo general vinculados a productores con acceso a mercados externos.

2.3.1.6. Desarrollo sostenible

El proceso de un desarrollo sostenible ha venido siendo una nueva interrogante general entre las Naciones Unidas. El concepto de un proceso sostenible fue mencionado por el Informe de la Comisión Bruntland de 1987 como “el proceso que permitiera satisfacer las necesidades principales de la actualidad sin poder implicar el conocimiento de las futuras generaciones basadas en la satisfacción de sus propias necesidades”. (UNESCO 2012)

El desarrollo es una interrogante que permite pensar en un futuro en el cual las consideraciones ambientales, sociales y económicas se compensan en la búsqueda del progreso y no menos importante de una mejor calidad de vida. Estos tres ámbitos la sociedad, el medio ambiente y la economía están enlazados.

Por ejemplo, una sociedad va a prosperar si esta cuenta de un medio ambiente sano que pueda brindar alimentos y recursos, agua potable y aire limpio a sus ciudadanos.

La interrogante de la sostenibilidad forma un cambio importante desde la interrogante anterior del progreso económico con sus nefastas secuelas sociales y ambientales, que hace tiempo fueron consideradas como irrevocables y aceptables. Sin embargo, llegamos a comprender que estos daños y amenazas a la tranquilidad de las personas y del medio ambiente como consecuencia de la búsqueda del progreso económico, no tienen entrada dentro de la interrogante de la sostenibilidad.

2.3.2. Rentabilidad de negocio

La rentabilidad es la capacidad que se tiene de algo el cual permite obtener suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio llega a ser rentable

cuando este genere mayores ingresos que egresos, un cliente o consumidor es rentable cuando permite obtener mayores etradas que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando este genere mayores ingresos que costos. (Arias, 2006)

La rentabilidad es la capacidad de producir o proporcionar un beneficio extra sobre la inversión o esfuerzo realizado. El concepto de rentabilidad puede hacer referencia a:

Rentabilidad económica, es un beneficio diferenciado con el total de recursos empleados para obtener esos beneficios.

Rentabilidad financiera, es un beneficio diferenciado con los recursos los cuales son propios invertidos generados para lograr esos beneficios.

Rentabilidad social, es el objetivo de las empresas del estado, aunque también es hostigada por empresas privadas. (Arias, 2006)

2.3.2.1. Estrategias de Rentabilidad

Dicha empresa debe debe hacer uso de por lo menos una (o todas) las estrategias siguientes el cual determine su política de calidad que permitirá obtener su rentabilidad:

Cumplimiento de las especificaciones. El grado en que el diseño y las características de las operaciones se aproximan a la norma deseada. Sobre este punto se han elaborado muchas fórmulas de control: Sello Norven de calidad, normas ISO 9.000, ISO 14.000, etc.

Durabilidad. Es la medida que se toma de la vida operativa del producto. Por ejemplo, la empresa Ferrari proporciona que los vehículos que ellos elaboran

llegan a tener el promedio de vida útil más alto y por lo cual ese es el motivo del elevado precio.

Seguridad de Uso. La garantía que proporciona el fabricante de que el producto elaborado esta en optimas condiciones sin ningún tipo de fallas y que puede ser usado por un determinado tiempo. Chrysler en Venezuela, proporciona la garantía más amplia a sus vehículos: 2 años o 50.000 kilómetros, dando a conocer su confianza en la calidad de fabricación.

Existen 9 factores esenciales que intervienen en la rentabilidad los serán estudiados a lo largo del trabajo:

Intensidad de la inversión

Producción

Colaboración de Mercado

Mejora de nuevos productos o diferenciación de los competidores

Calidad de producto/servicio

Tasa de crecimiento del mercado

Integración vertical

Costos operativos

Esfuerzo sobre dichos factores

2.3.2.2. Productividad

Ackoff (2005). Para que los negocios puedan crecer e incrementar su rentabilidad (o sus utilidades) es incrementando su productividad. Y la herramienta esencial que da inicio a una mayor productividad es el uso de métodos, el estudio de los tiempos y un sistema donde se encuentren los pagos de salarios.

La productividad puede especificarse como la correlación entre el total de bienes y servicios producidos y el total de recursos utilizados. En la fabricación la productividad permite evaluar el rendimiento del recurso material y humano.

Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque metódico se dice que algo o alguien es productivo siempre y cuando, cuente con una cantidad de recursos (Insumos) en un lapso de tiempo dado se obtiene el máximo de productos. (Ackoff, 2005)

La productividad en las máquinas y equipos está proporcionada como parte de sus características técnicas. No así con el recurso humano o los trabajadores. Deben de tenerse en cuenta a los factores que influyen. Al reducir la ineficiencia, la productividad acrecienta. La eficiencia es el límite de la productividad. La productividad que es optima, viene hacer el nivel de eficiencia para el cual fue pretendido el proceso.

2.3.2.4. Elementos de la rentabilidad

La rentabilidad económica mide la tasa de entrega producida con la única finalidad de obtener un beneficio económico (anterior a los intereses y los impuestos) en relación al capital total, incluyendo en ellas todas las cantidades que fueron prestadas y el patrimonio neto (que sumados forman el activo total). Además suele ser totalmente autónomo a la organización financiera de la empresa.

La rentabilidad financiera o «ROE» (por sus iniciales en inglés, Return on equity) menciona que la relación que genera el beneficio económico con los recursos necesarios solo permite obtener un lucro. Dentro de una empresa o entidad estas permiten generar el retorno hacia los propios accionistas de la misma empresa, los cuales son los únicos proveedores de capital que no les permite tener ingresos fijos.

La rentabilidad puede captarse como una medida por la cual una compañía llega a invertir fondos para generar ingresos. Los cuales suelen expresarse como porcentaje.

Rentabilidad social. Una actividad llega a ser rentable socialmente cuando estas son proveedoras de más beneficios que pérdidas a la sociedad en general, fuera de si es independiente o no permite saber si es rentable económicamente para su promotor. Suele utilizarse como contrapartida al concepto de rentabilidad económica, donde la rentabilidad sólo suele pertenecer al promotor.

2.4. Definición de términos básicos

Asociación: Es el conjunto de los que se hallan asociados para un único fin. Este conjunto puede formar una persona jurídica. Entidad sin ningún tipo de lucro y gestionada de manera democrática por sus socios, con el fin de desarrollar nuevas actividades comerciales destinados al beneficio y a la obra social. (Freud 1996)

Plan de negocios: es una declaración formal el cual viene a hacer un conjunto de objetivos de una iniciativa o idea empresarial, que llega a constituirse como una fase de proyección y evaluación. (Kotler, 2009)

Estrategias: Son programas generales de acción que traen consigo responsabilidades de énfasis y recursos para empezar a poner en práctica una misión básica. (Koontz, 2002)

Rentabilidad: es la correlación existente entre la utilidad y la inversión necesaria para poder ser alcanzada, por lo que llega a medir tanto la certeza de la alta gerencia de una empresa, expresada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y el modo de poder utilizar las inversiones. (Zamora, 2009)

Variedad de plátano: El plátano es una planta herbácea que crece hasta seis metros de altura, de tronco fuerte, cilíndrico, succulento, que sale de un tallo bulboso pulposo y grande. Entre sus variedades encontramos el tabasco, moado, tipo pera, valery, macho, orgánico, mazano entre otros.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación se ha partido de un carácter explicativo, descriptivo y exploratorio.

Propositiva, ya que se elaboró una propuesta, en este caso, un plan de negocio como solución a un problema (necesidad insatisfecha) con fundamento en los resultados del proceso de investigación.

3.1.2. Diseño de la investigación

No experimental, porque se observaron los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo.

Transversal, porque se obtuvo información del estudio por una única vez y en un momento dado.

Científicamente la investigación es pura siendo por su tipo de investigación de enfoque Cuantitativa. Ya que busca ser comprendido brindando una solución a un problema a través del planteamiento de objetivos e hipótesis estructuradas. Por su diseño es propositiva porque trata de proponer una propuesta de solución al problema identificado. A través de la identificación y a la necesidad de desarrollar un plan de negocios en el valle.

El tipo de metodología que suele ser utilizada para resolver el trabajo son mencionados de la siguiente manera: un análisis de las fuentes documentales, observación directa participante y observación directa no participante, un análisis breve de las condiciones productivas y las variables del entorno y una investigación cualitativa (método Delphi), todo ello organizado mediante el método deductivo.

Para poder analizar los orígenes documentales se han tenido que utilizar datos de diversos medios como: internet, libros, revistas y estudios. Una lista detallada a la brevedad de las fuentes documentales se ubica en la bibliografía, al final de este trabajo.

En lo conserniente a la observación directa participante, durante las reuniones de trabajo con los miembros de la asociación y las instituciones involucradas en el apalancamiento del proyecto plan de negocios de banano orgánico, ha permitido conocer de primera mano la relación entre el modelo productivo actual y la productividad. Igualmente tuve la oportunidad de llevar a cabo una observación directa no participante,

En relación a la parte práctica, se ha elaborado un análisis de los factores productivos más resaltantes del sector agrícola convencional y orgánico.

En cuanto a la investigación cualitativa, se ha tenido en bien emplear la técnica Delphi, el cual suele ser utilizada para la resolución de problemas nuevos o atípicos. Esta misma suele ser apoyada en el conocimiento de un determinado grupo de expertos, a los cuales se les pide, a través de un cuestionario, que den su juicio, independiente y anónimo, sobre un pronóstico. Las circunstancias por las que se permitio utilizar un cuestionario Delphi son las siguientes:

Se ha querido obtener una opinión depersonas expertas en el tema y no de productores, por lo que estos no suelen tener conocimiento acerca de la relación entre su modelo productivo y su bienestar, por lo tanto, una encuesta simple de estudios de mercado no habría brindado la información necesaria.

El interés se basaba únicamente en utilizar una técnica prospectiva que el cual permitio aportar un escenario probable para el futuro. Esto sera posible obtenerlo con el apoyo de expertos que tengan conocimiento acerca del tema de modo muy directo.

Los detalles de la investigación cualitativa fueron expuestos más adelante, para dar fin a este trabajo, aparece como conclusión un aislamiento con los más importantes resultados obtenidos y la relación con los objetivos y las hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Poblacion

Para la obtención de datos relevantes para el desarrollo del plan de negocio y la mejora de la rentabilidad de la asociación, se tomó como población a las principales empresas que se dedican a las actividades de agro exportación de banano orgánico dentro de la región, que en total suman 29.

3.2.2. Muestra

Debido a que la población es poco significativa, se tomó como muestra al total de empresa que se dedican a las actividades de agro exportación de banano orgánico dentro de la región

Tabla 1

Población: Empresas y Asociaciones Exportadoras de Banano

Nº	EMPRESAS
1	Agromarbex SAC
2	Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios – Salitral, Querecotillo y Santa Cruz – BOS SQS
3	Asociación de Pequeños Productores de Banano Orgánico de Brujas Alta – APPBOBA
4	Asociación de Pequeños Productores de Banano Orgánico de Samán y Anexos – APPBOSA

5	Asociación de Pequeños Productores de Banano Orgánico de San Jacinto – APPBOSJ
6	Asociación de Pequeños Productores Orgánicos Querecotillo – APOQ
7	Asociación de Productores de Banano Orgánico de la Región Tumbes – APBORT
8	Asociación de Productores de Banano Orgánico Valle del Chira – APROBOVCHI
9	Asociación de Productores Ecológicos Valle de Santa Cruz
10	Asociación de Productores y Productoras Ecológicos del Alto Piura.
11	Bio Anden
12	Biocosta SAC
13	Biorganika SAC
14	Central de Cafetaleros del Nor Oriente – CECANOR
15	Central Piurana de Asociaciones de Pequeños Productores de Banano Orgánico – CEPIBO
16	Comité de Productores de Plátano Tumbes
17	Comité de Productores de Plátano Tumbes
18	Cruz Mar SAC - Banana SAC
19	FYC Export SAC
20	GBZ International
21	Grupo Orgánico Nacional SA

22	Inkabanana SAC
23	Liofilizadora del Pacífico
24	Organia SAC
25	Pacific Organic SAC
26	Pronatur EIRL
27	Trading Food & Chem SAC
28	TWF SA
29	Vacas Felices

Fuente: elaboración propia

3.3. Hipótesis

La implementación de un plan de negocios permite lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque.

3.4. Variables

X. variable independiente:

Implementación del plan de negocios.

Y. variable dependiente:

Rentabilidad de la producción de banano orgánico.

3.5. Operacionalización de las variables

Tabla 2*Operacionalización de la variable independiente*

Definición conceptual	Viniegra, Sergio (2009). el plan de negocios es muy importante ya que permite visualizar hoy como deberian operar las distintas áreas del negocios o empresas para que de manera conjunta y sinérgica logren alcanzar las metas deseadas de la manera más eficiente posible; esto es, ser mas eficientes en la produccion con un máximo de resultados con el mínimo de recursos.	
Definición operacional	Indicadores	índice
	X1. Nivel de compromiso.	Cantidad de reuniones. Acuerdos logrados. Cantidad de involucrados. Grado de responsabilidad.
	X2. Grado de ejecución	Nivel de formalización.
X3. Información y comunicación	Cantidad de acuerdos conseguidos Participación societaria.	

Fuente: elaboración propia

Tabla 3

Operacionalización de la variable dependiente

Definición conceptual	Saint (1971) se llega a tener un conocimiento mas amplio que la rentabilidad es la relación que se guarda entre los beneficios y el capital que afecta a la producción.	
Definición operacional	Indicadores	Índice
	X1. Nivel de producción	Volumen de producción Periodos productivos
	X2. Condiciones de producción	Numero de certificaciones. Sistemas de contingencia productiva Nivel de seguridad de stock
	X3. Mercado y precio	Precios en chacra. Contratos.

Fuente: elaboración propia

3.6. Métodos, técnicas de investigación

Inductivo. Este método permitió obtener conclusiones que se relacionan los fenómenos estudiados respecto a las variables en estudio.

Teórico. Con la que se pudo analizar detalladamente la información características y propiedades, generalizarlos y explicarlos en el marco teórico.

Técnicas de recolección de datos

Entre las técnicas que se llegaron a emplear en la investigación fueron:

Documental, cuyo centro de todo fue la consulta de diversos libros y otras fuentes a fin de captar la mayor información en cuanto a las teorías en las que se sustentó la tesis.

Encuestas, las que se aplicaron a la muestra estudiada con el fin de obtener la información que se requirió a través de un cuestionario de preguntas o reactivos con diversas alternativas las cuales fueron predestinadas para que el que fue evaluado pudiera seleccionar las respuestas que estuvieran habien ser echas y cuya ventaja principal es que en el poco tiempo se puede obtener la reacción de numerosas personas debido a que todos los encuestados reciban las mismas preguntas en forma ordenada siendo más factible recolectar los datos.

Instrumento:

La herramienta que se utilizó en esta investigación fue el cuestionario.

Se contó con una relación 14 ítems aplicados a la muestra, en este caso, a los propietarios de las empresas socias, con el fin de obtener la información que se requería.

3.7. Procedimiento para la recolección de datos

Los pasos que se realizaron para calcular las calificaciones promedio para el análisis de datos fue:

- a) Aplicar la escala de valoración SPSS 22 de acuerdo con las realizaciones observadas.
- b) Sumatoria de puntos recolectados por cada encuestado.
- g) Elaboración del análisis en base al estudio e interpretación de resultados.

3.8. Plan de análisis estadístico de datos

La información obtenida de la indagación y la encuesta se organizó y proceso durante una semana, en el programa estadísticos SPSS 22.

Los datos se obtuvieron de las empresas productoras de banano orgánico, el cuestionario está orientado a identificar las variables que hacen viable la

productividad de la plantación y los retos de esta en el mercado, el fin de la encuesta es determinar las condiciones a las que está expuesto el mercado.

3.9. Criterios éticos

Los juicios éticos que fueron tomados en cuenta para esta investigación.

Tabla 4

Criterios éticos de la investigación

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Los copartícipes estuvieron de acuerdo con ser informantes y supieron reconocer sus derechos y compromisos.
Confidencialidad	Se les dio a conocer la seguridad que estos tienen y protección de su identidad como principales informantes los cuales son valiosos para la investigación.
Observación participante	Los estudiosos procedieron con sensatez durante el desarrollo de acopio de los datos asumiendo su compromiso ético para todos los efectos y secuelas que se derivaron de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>

3.10. Criterios de rigor científico

Durante todo el desarrollo de la investigación, se realizó algunos Criterios de Cientificidad, considerándose así la manera de evaluar la calidad científica del estudio los siguientes criterios:

La Credibilidad:

Se logró cuando los descubrimientos de dicho estudio fueron reconocidos como «reales» o «verdaderos» por los individuos que colaboraron en el estudio y por aquellas que han tenido nuevas experiencias o estado en contacto con el fenómeno investigado. La credibilidad tiene que ver a cómo los resultados de una investigación son reales para las personas que fueron estudiadas y para otras personas que han tenido la experiencia o estado en contacto con el fenómeno investigado; en la actual investigación se llegó a realizar la recolección de datos e información de las mismas fuentes primarias, mediante la encuesta, generando hallazgos conocidos por los informantes como un real acercamiento sobre lo que piensan y sienten.

La Auditabilidad o confirmabilidad:

Este criterio tiene que ver a la habilidad de otro investigador de perseguir la pista o la ruta de lo que el investigador verdadero ha hecho. Para lo cual es necesario contar con un registro y documentación completa de las decisiones e ideas que el investigador haya tenido en relación con el estudio. Esta estrategia planteada permite que otro investigador siga examinando los datos pudiendo llegar a conclusiones iguales o similares a las del investigador original siempre y cuando estos tengan aspectos similares. En la investigación se inspeccionaron datos e información de anteriores investigaciones con una temática similar en cuanto al objeto de investigación.

CAPÍTULO IV:

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados en tablas y figuras

Tabla 5

Cantidad de reuniones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si, a todas	22	75,9	75,9	75,9
	Solo algunas	6	20,7	20,7	96,6
	Tal vez asista	1	3,4	3,4	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

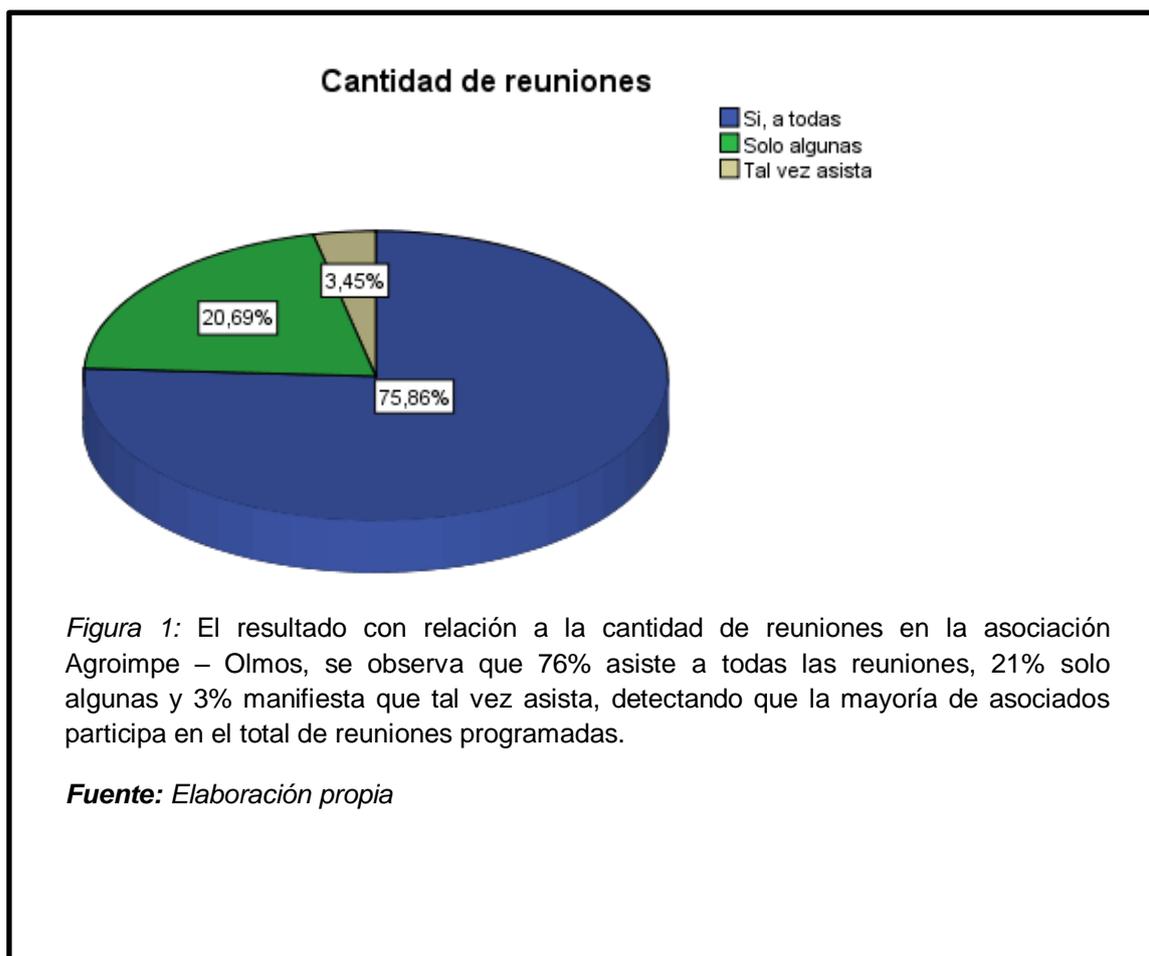


Tabla 6

Acuerdos logrados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	24,1	24,1	24,1
	No	5	17,2	17,2	41,4
	A veces	17	58,6	58,6	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

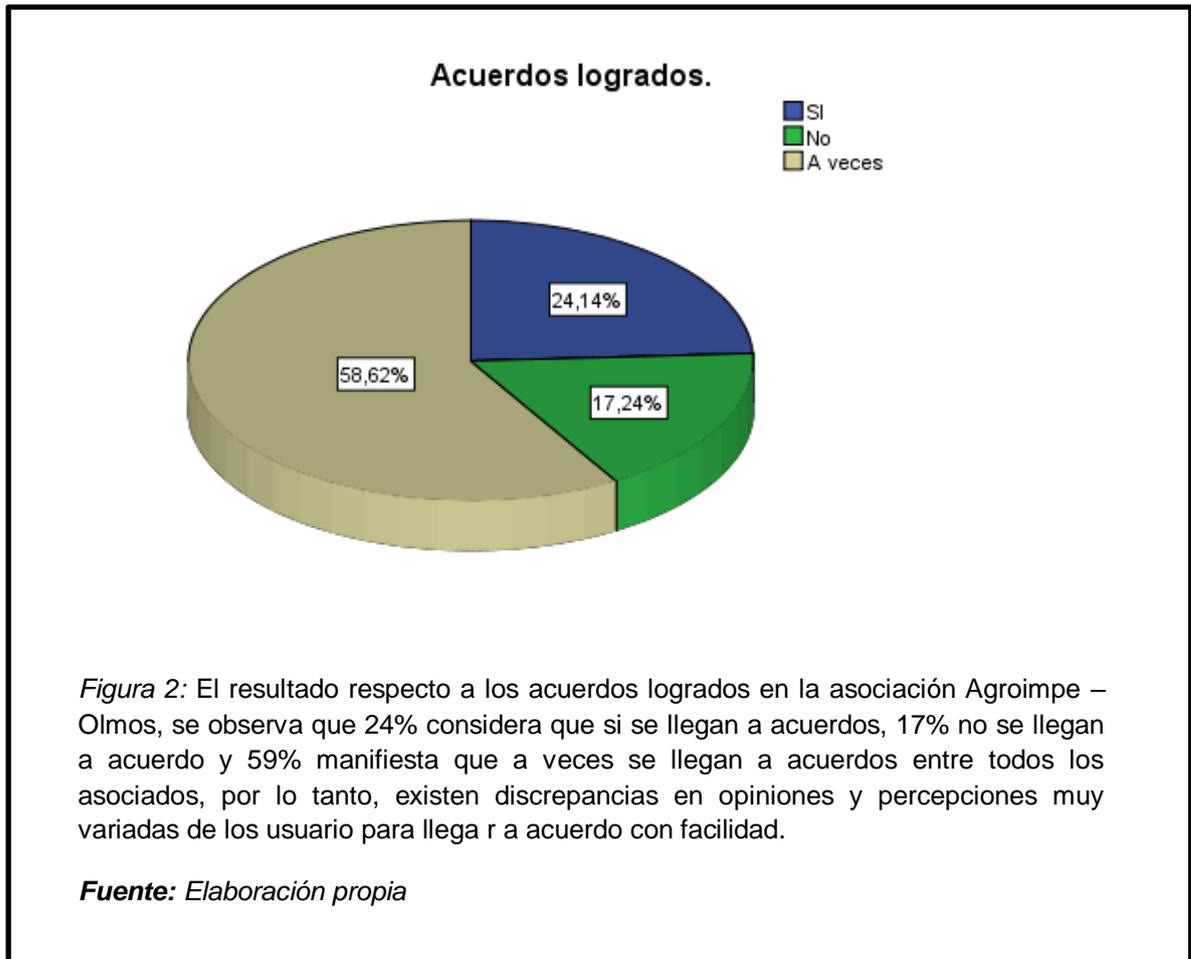


Tabla 7

Cantidad de involucrados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	24,1	24,1	24,1
	No	1	3,4	3,4	27,6
	A veces	17	58,6	58,6	86,2
	Nunca	4	13,8	13,8	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

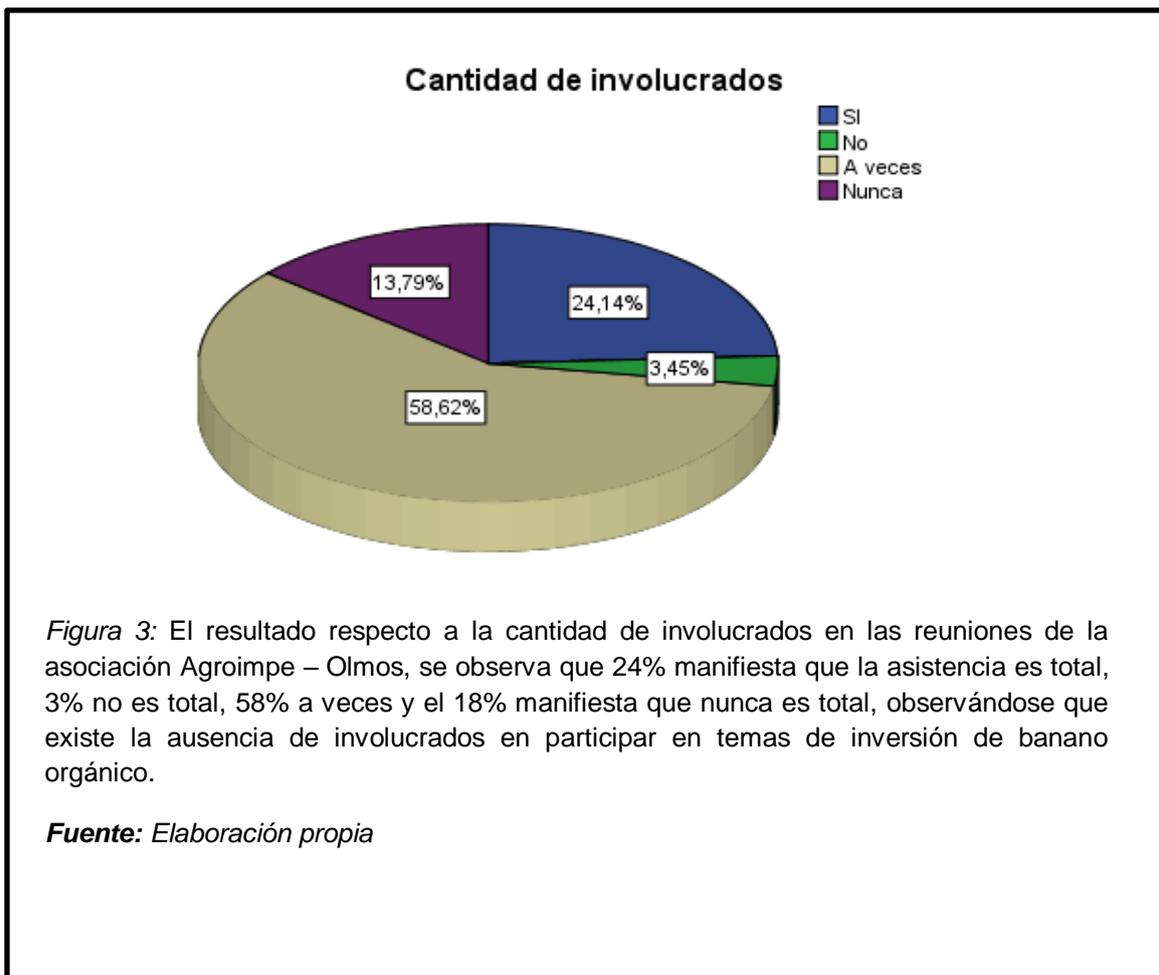


Tabla 8

Grado de responsabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	19	65,5	65,5	65,5
	No	1	3,4	3,4	69,0
	Tal vez	9	31,0	31,0	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

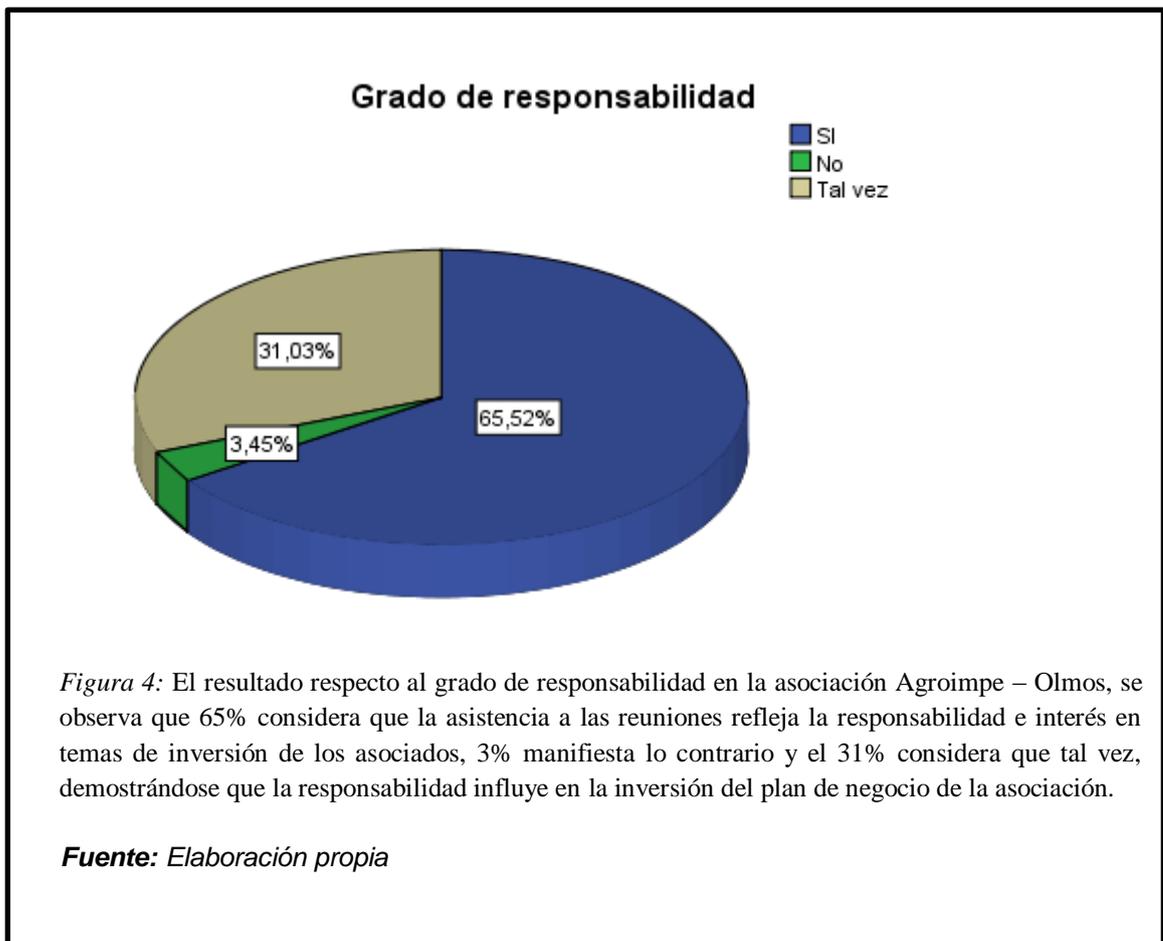


Tabla 9

Nivel de formalización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	25	86,2	86,2	86,2
	No	1	3,4	3,4	89,7
	Indiferente	3	10,3	10,3	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

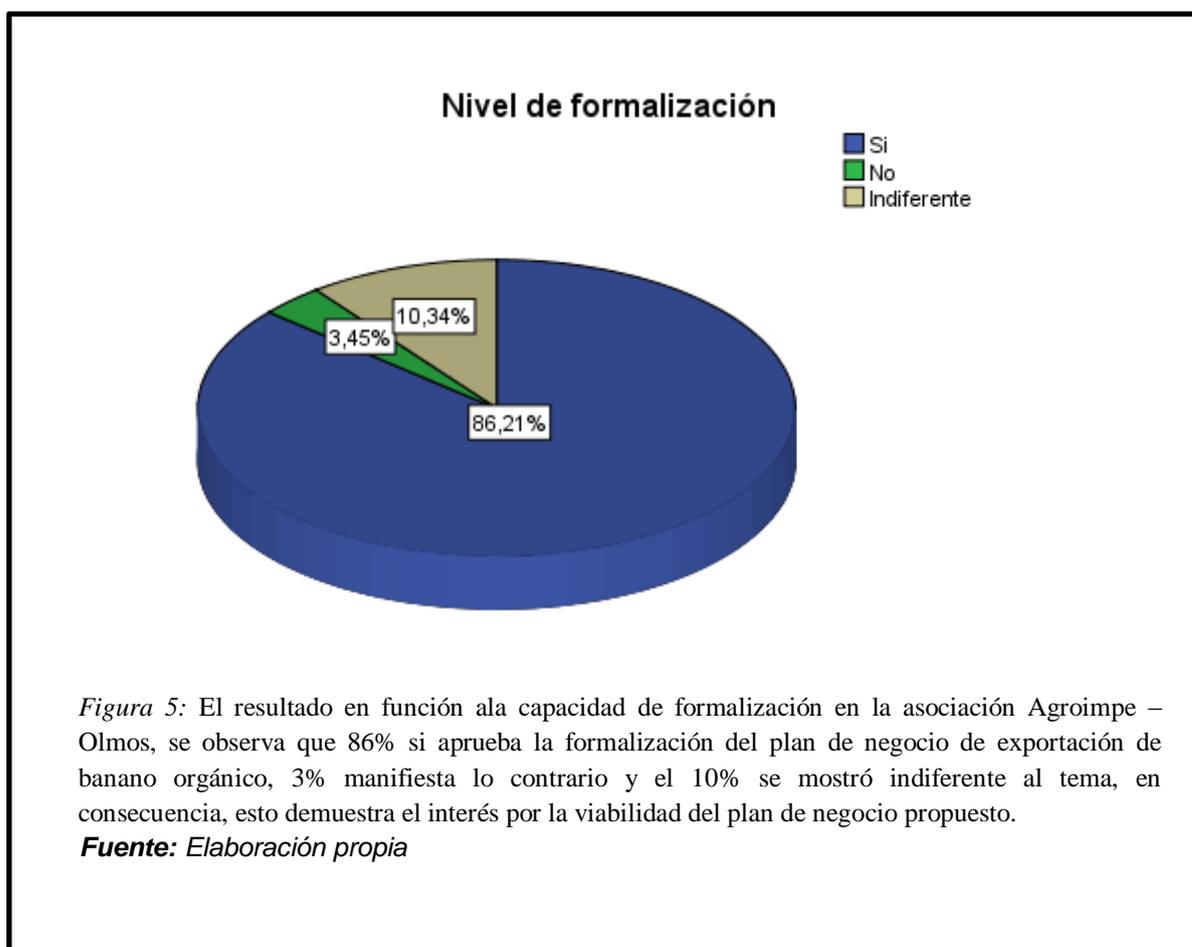


Tabla 10

Cantidad de acuerdos conseguidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hasta 5	2	6,9	6,9	6,9
	Hasta 3	13	44,8	44,8	51,7
	Solo 1	13	44,8	44,8	96,6
	Ninguno	1	3,4	3,4	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

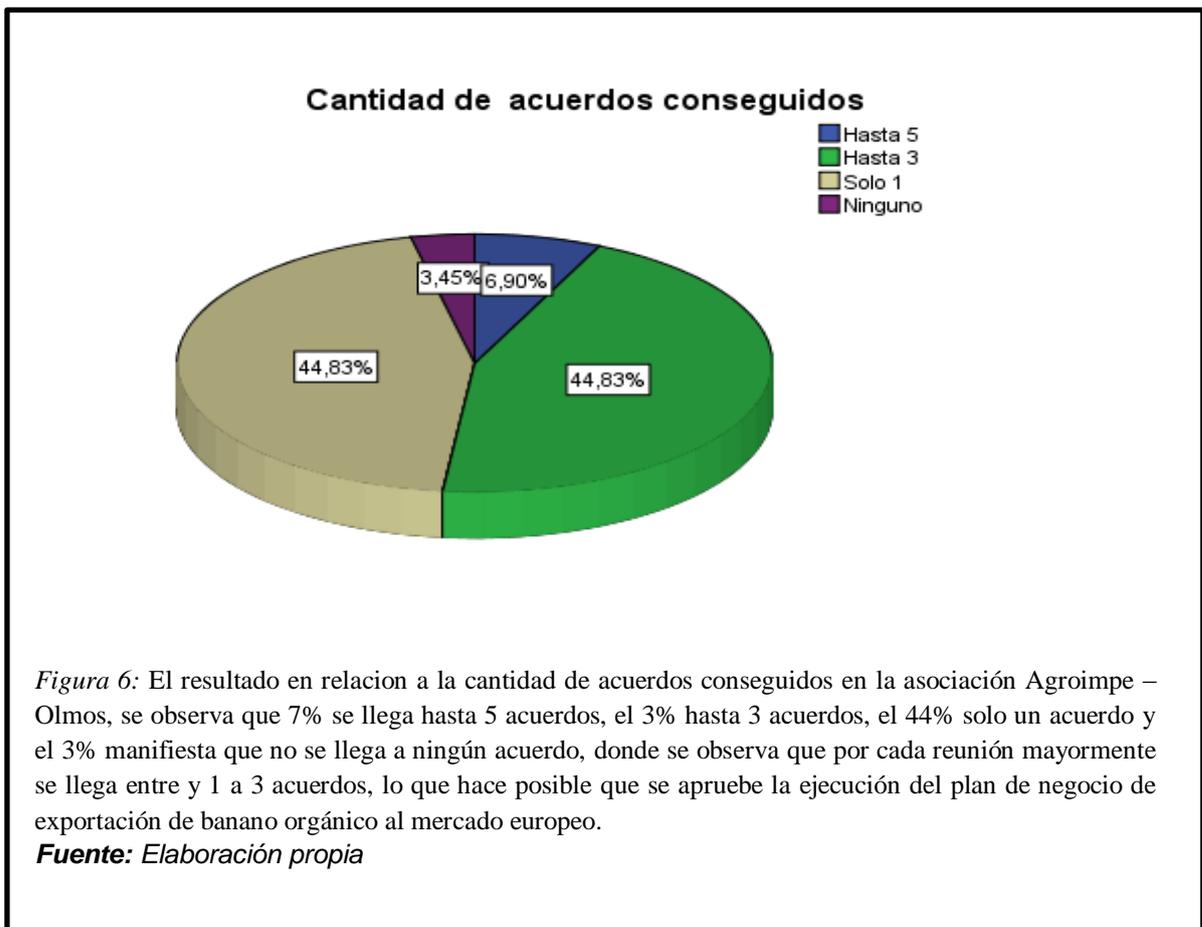


Tabla 11

Participación societaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si, constantemente	17	58,6	58,6	58,6
	No, muy poco	2	6,9	6,9	65,5
	A veces	10	34,5	34,5	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

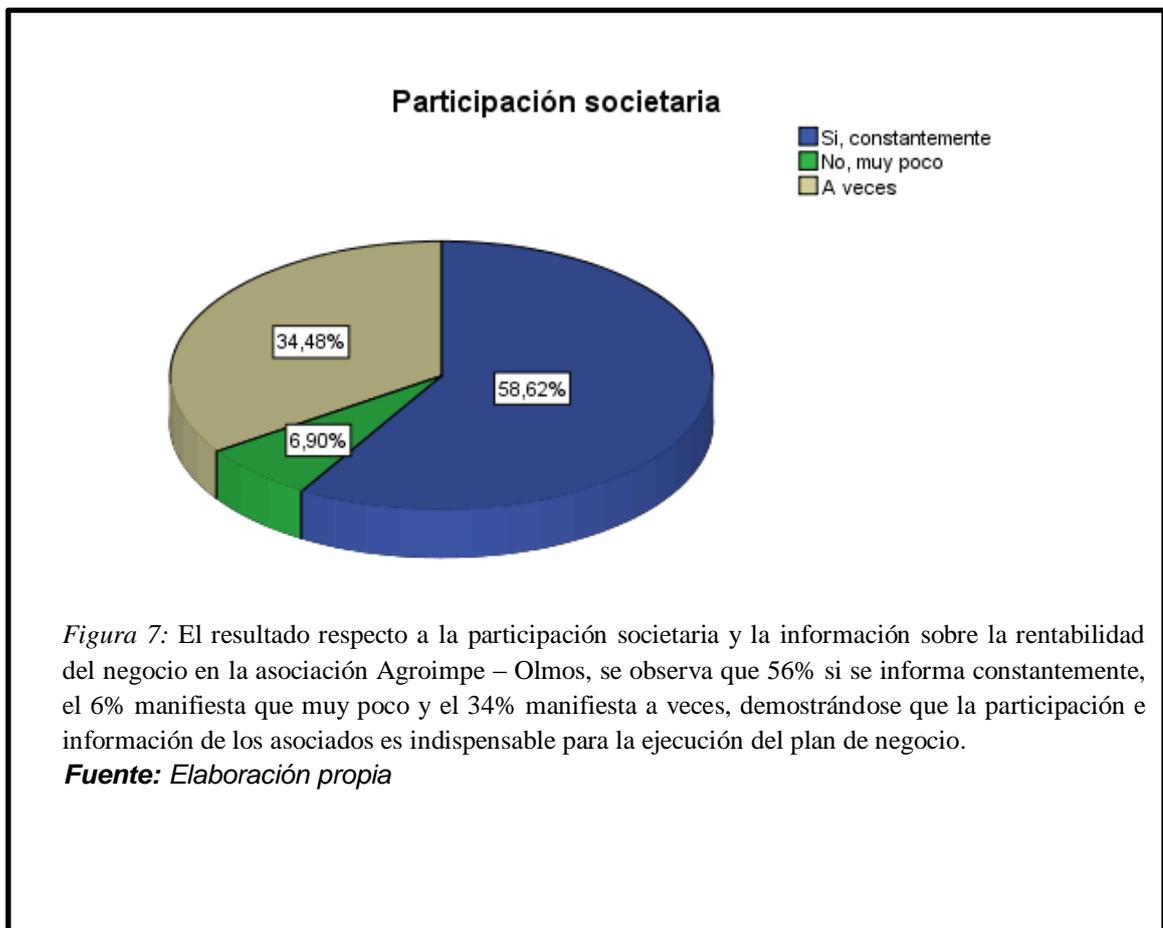


Tabla 12

Volumen de producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10 toneladas por has	5	17,2	17,2	17,2
	8 toneladas por has.	5	17,2	17,2	34,5
	5 toneladas por has.	14	48,3	48,3	82,8
	3 toneladas por has	5	17,2	17,2	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

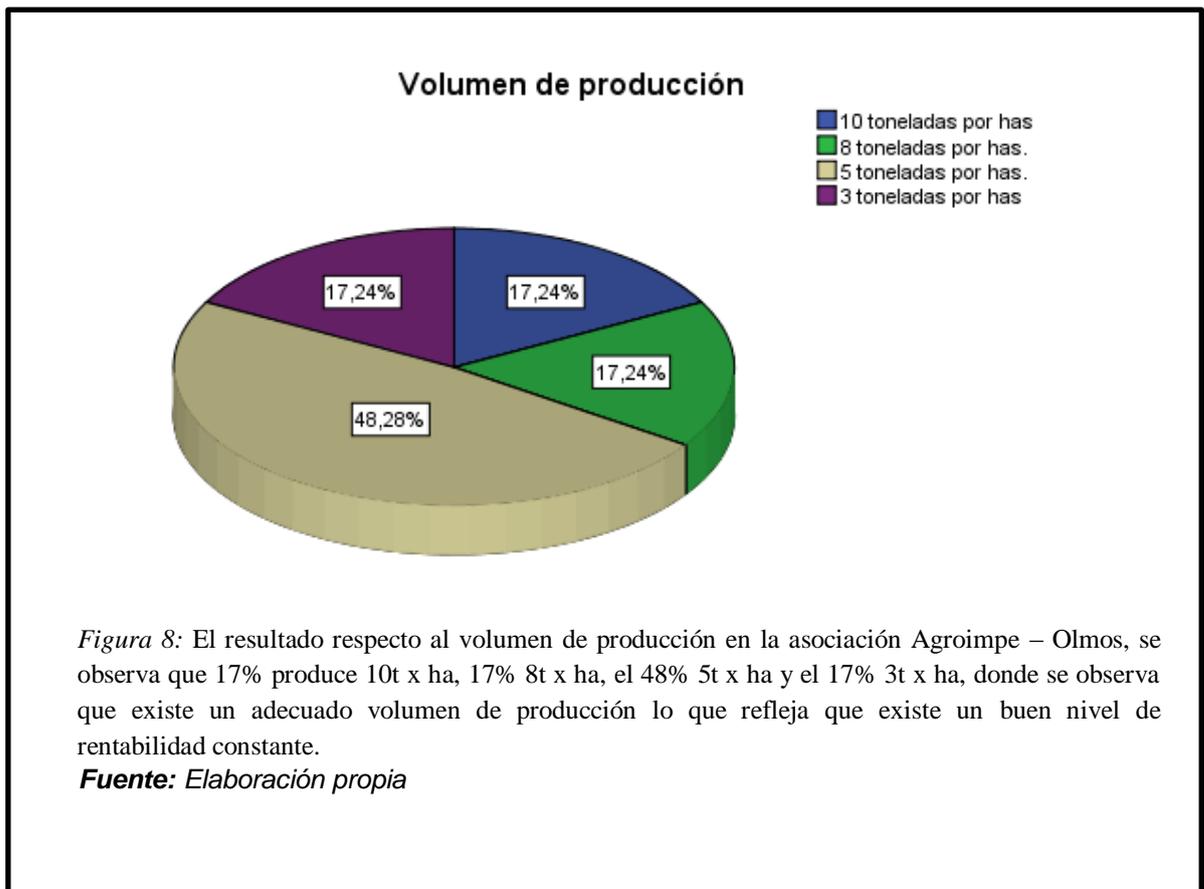


Tabla 13

Periodos productivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Marzo a Julio	1	3,4	3,4	3,4
	De Agosto a Octubre	22	75,9	75,9	79,3
	De Octubre a Diciembre.	6	20,7	20,7	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

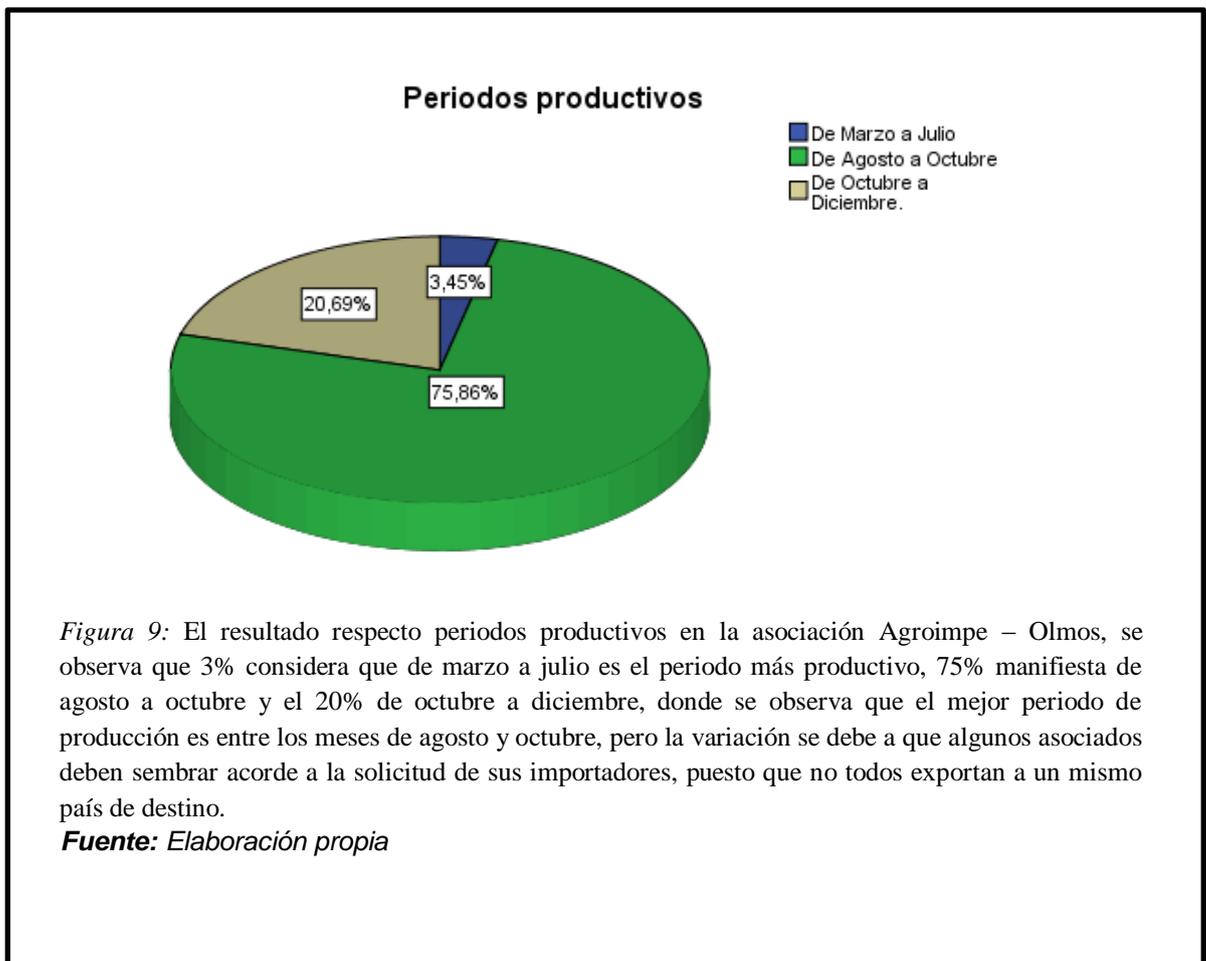


Tabla 14

Numero de certificaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	17,2	17,2	17,2
	3	58,6	58,6	75,9
	1	24,1	24,1	100,0
Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

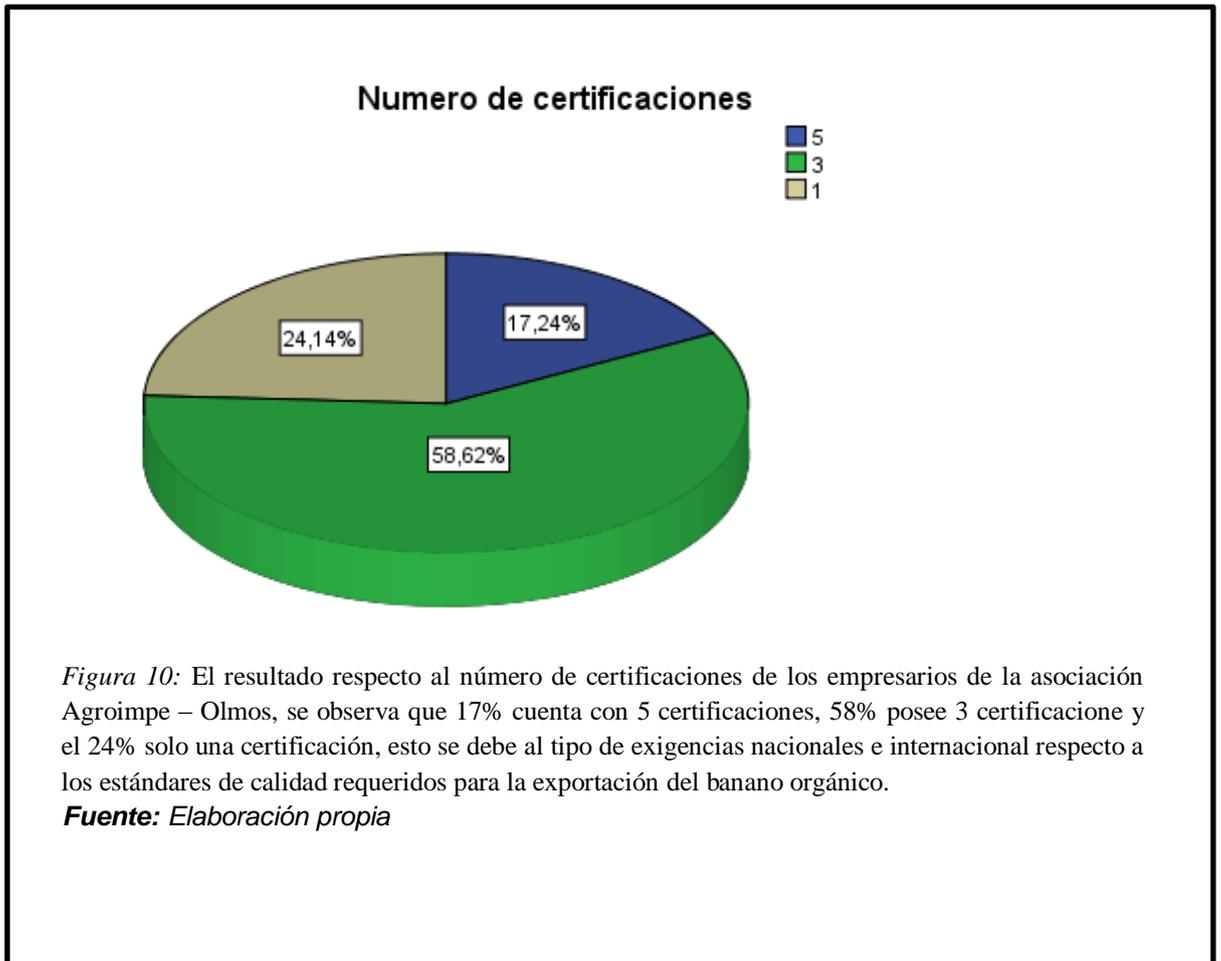


Tabla 15

Sistemas de contingencia productiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	19	65,5	65,5	65,5
	No	10	34,5	34,5	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

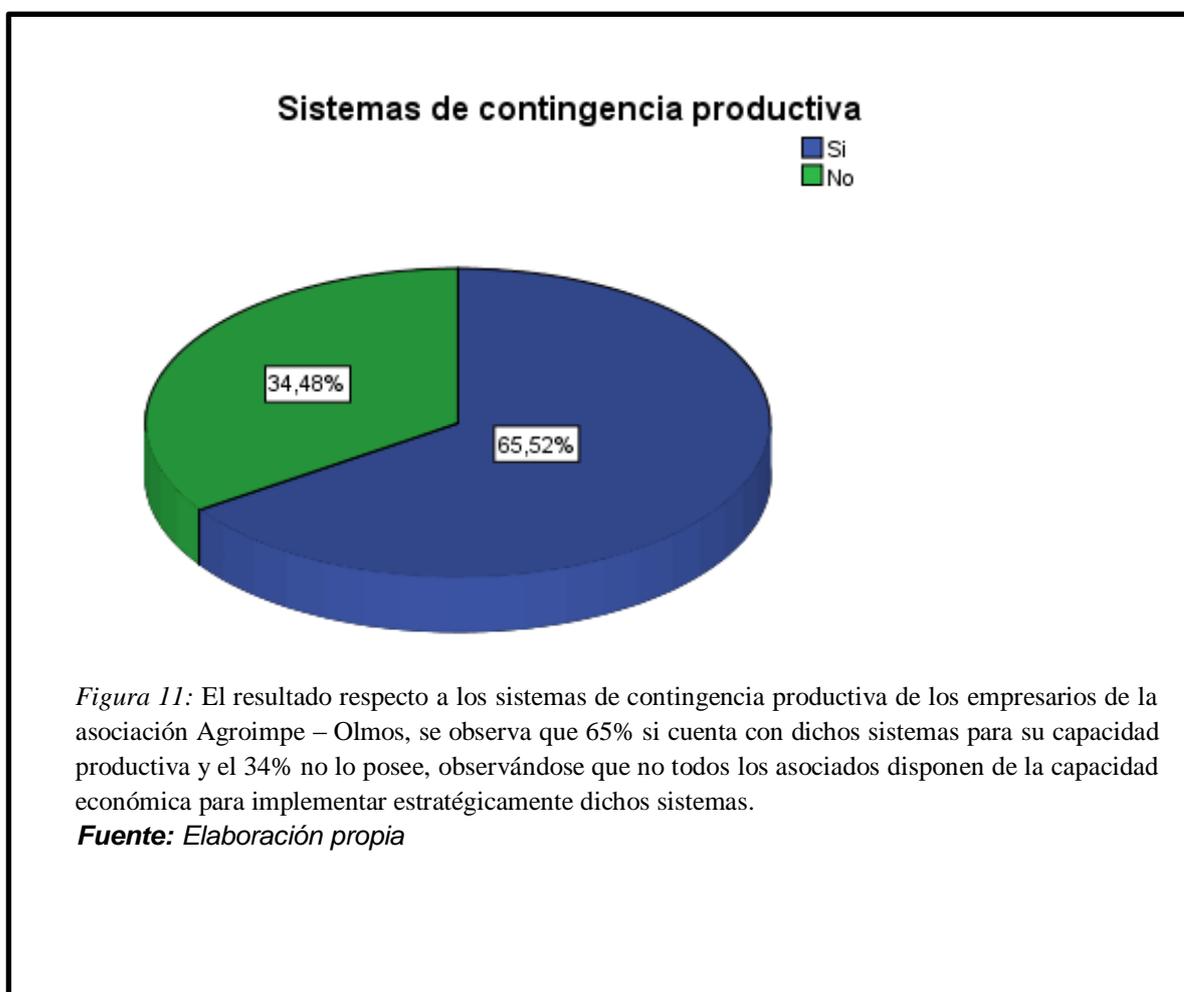


Tabla 16

Nivel de seguridad de stock

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	17,2	17,2	17,2
	No	9	31,0	31,0	48,3
	Pocas veces	15	51,7	51,7	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

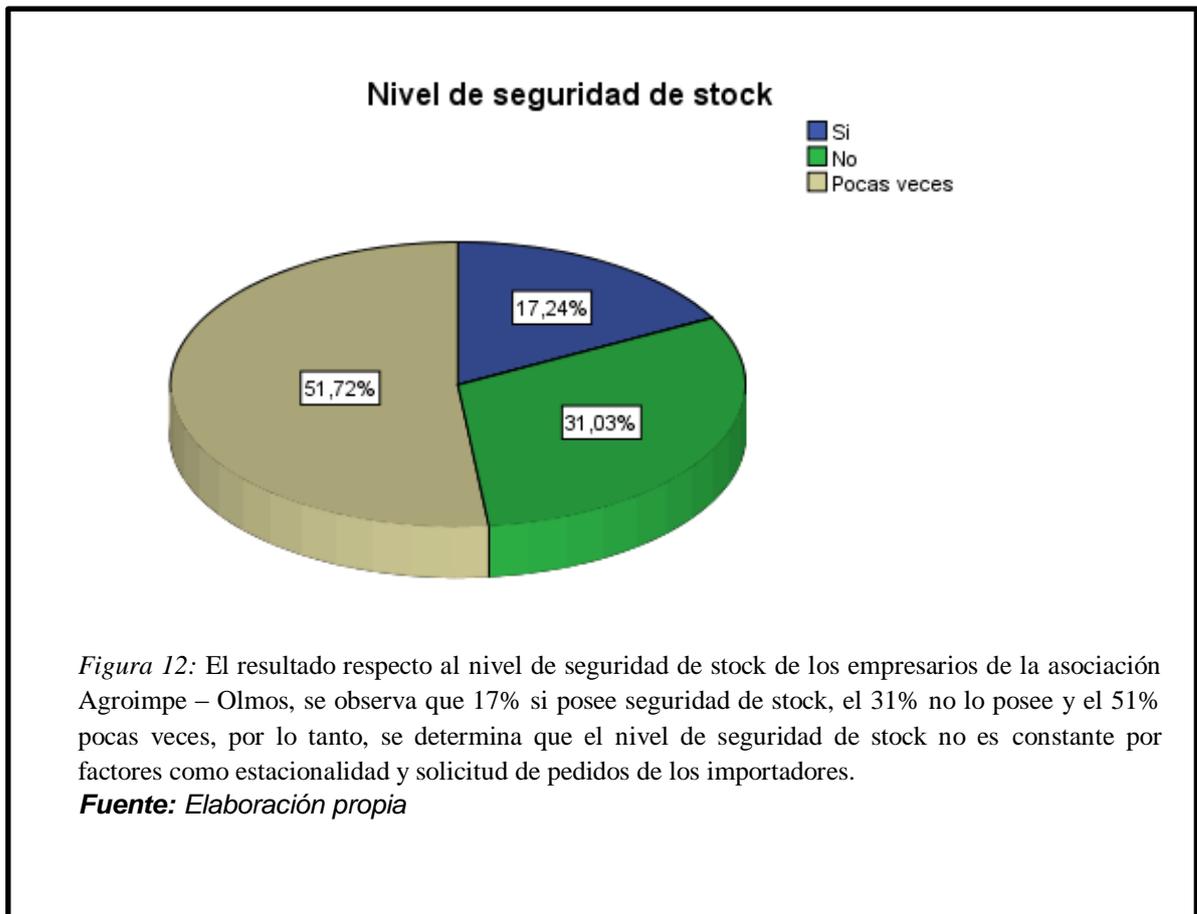


Tabla 17

Precios en chacra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente si	21	72,4	72,4	72,4
	Probablemente no	8	27,6	27,6	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*

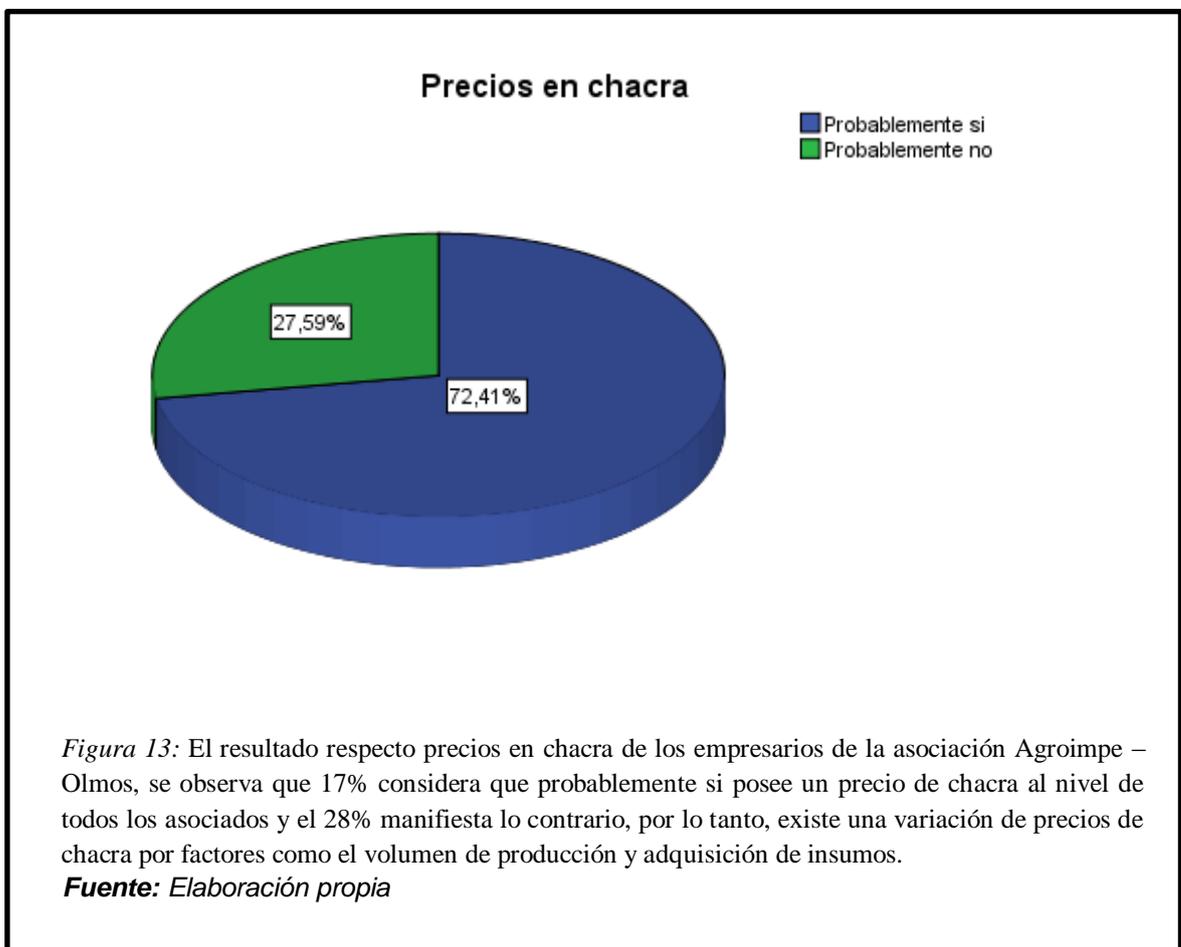
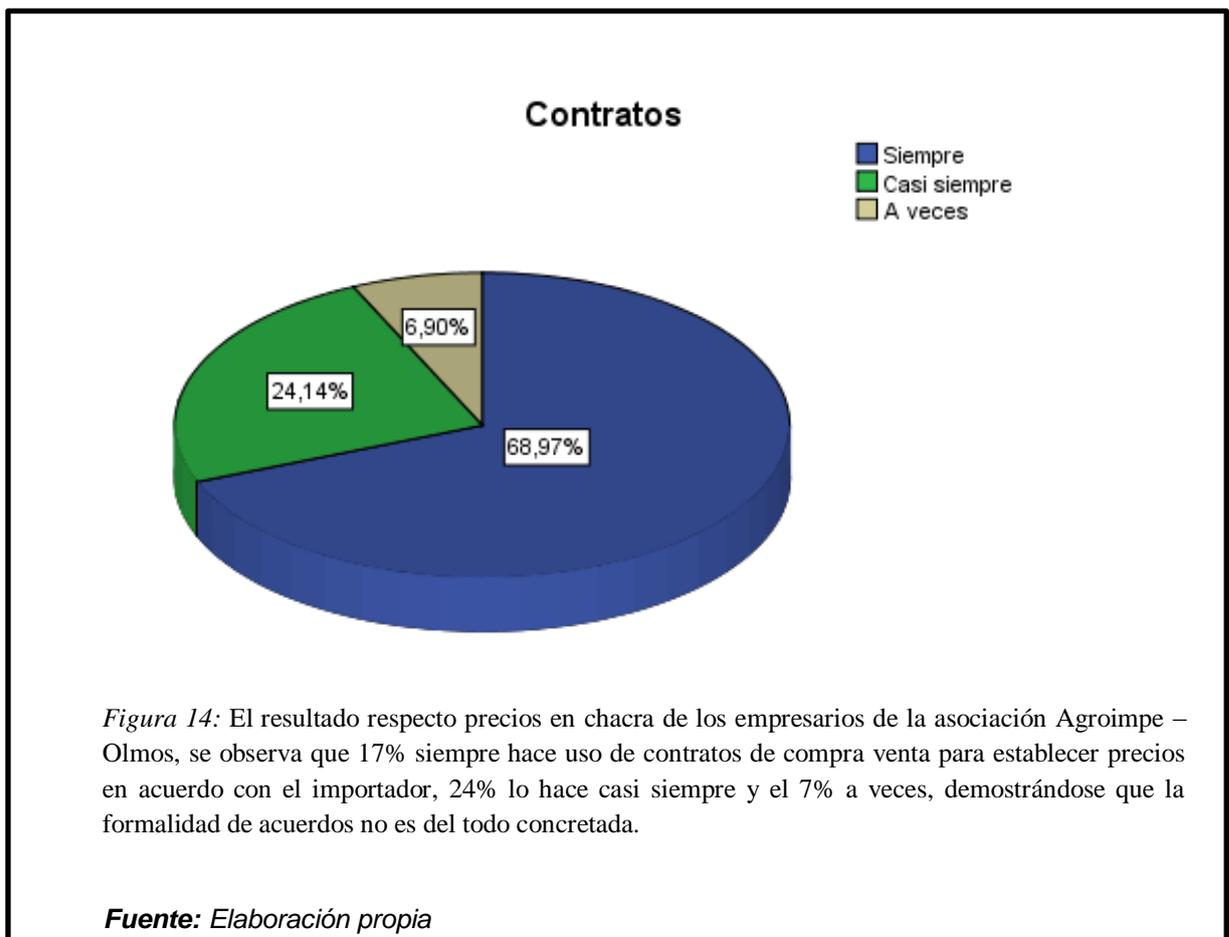


Tabla 18

Contratos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	20	69,0	69,0	69,0
	Casi siempre	7	24,1	24,1	93,1
	A veces	2	6,9	6,9	100,0
	Total	29	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia*



4.2. Discusión de Resultados

Respecto a los resultados obtenidos de los empresarios que conforman la asociación, se ha logrado determinar el nivel rentabilidad de producción del banano orgánico en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque, en cual nos muestra el resultado de la Figura 8 al volumen de producción en la asociación Agroimpe – Olmos, se observa que 17% produce 10t x ha, 17% 8t x ha, el 48% 5t x ha y el 17% 3t x ha, dando lugar a que existe un adecuado volumen de producción de aproximadamente 6.6 toneladas por hectárea, lo que refleja que existe un buen nivel de rentabilidad por la constante producción de banano orgánico en la zona, en ese sentido, existe un índice de producción positivo el cual refleja que el plan de negocio puede ser aun más rentable aun si se trabaja de manera conjunta con la finalidad de acaparar con la demanda del nuevo mercado objetivo. Ante todo esto, se cumple lo citado por Arias, F. (2006) quien manifiesta que la rentabilidad de un negocio no solo se determina mediante un análisis profundo de los niveles de ventas, egresos e ingresos de la organización, basta con solo ver el nivel de rotación de sus inventarios y su capacidad de producción la cual debe ser durable en el tiempo y que se garantice la calidad de los productos sin manipular los costos de producción.

Para la determinación de los factores influyentes en la elaboración de un plan de negocios para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque, podemos tomar como elemento influyente a los resultados obtenidos en la Figura 4 respecto al grado de responsabilidad en la asociación Agroimpe – Olmos, donde se observa que 65% considera que la asistencia a las reuniones refleja la responsabilidad e interés en temas de inversión de los asociados, 3% manifiesta lo contrario y el 31% considera que tal vez, demostrándose que la responsabilidad influye en la inversión del plan de negocio de la asociación y por ende proponerlo en la asociación con la finalidad de aumentar su producción y mejorar sus niveles de rentabilidad, por otro lado, es importante considerar el nivel de compromiso y de interés de los asociados en

temas de inversión conjunta, debido a que el resultado de la figura 3, nos muestra que no todos los asociados asisten a las reuniones, ya que solo el 24% está constantemente involucrado en los temas de interés de la asociación. Por su parte, Arias, F. (2006) manifiesta que la rentabilidad es la capacidad de poder seguir produciendo o generando un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado, y la clave de lograr una rentabilidad atractiva para los inversores, es que estos demuestren su interés por el plan y desarrollen las actividades y procesos de plan de negocio con responsabilidad y compromiso constante, solo así será posibles lograr los objetivos que ya están contenidos en dicho documento de inversión.

Por último, para elaborar el plan de negocio y lograr mejoras en la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque, está dado por los resultados obtenidos en la Figura 5 respecto al nivel de formalización de un plan de negocio en la asociación Agroimpe – Olmos, se observa que 86% si aprueba la formalización del plan de negocio de exportación de banano orgánico, 3% manifiesta lo contrario y el 10% se mostró indiferente al tema, en consecuencia, esto demuestra el interés por la viabilidad del plan de negocio propuesto. En ese sentido, la presente investigación busca aprovechar ese porcentaje de interesados en la inversión ya que la fortaleza del plan es que va a permitir mejorar los índices de rentabilidad en cada una de las empresas que comprende la asociación. En tal sentido, Stutton (2010) señala en su estudio que un plan de negocio es un conjunto de documentos elaborados por la gestión de una entidad u empresa o para abreviar sus objetivos operativos y financieros para el futuro cercano, cuya finalidad es otorgar altos niveles de rentabilidad a los interesados en el plan.

CAPÍTULO V:
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

Plan de Negocio como Estrategia para Mejorar la Rentabilidad de Banano Orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agroimpe – Olmos, Valle Viejo Olmos – Lambayeque.

5.1. Generalidades

En la actualidad el desarrollo de planes de negocio viene siendo utilizado con mayor frecuencia a nivel mundial debido a que son documentos donde se pueden plasmar las ideas de negocio de forma estructurada y ordenada, de tal forma que permiten demostrar el grado de viabilidad a través de la estimación de la demanda y su proyección de ventas, resultados de vital importancia para optar por una inversión segura la cual genere utilidades y sea sostenible en el tiempo. Por otro lado, la preparación de un plan de negocios o de inversión suele ser un documento que trae consigo ventajas y oportunidades a nivel interno y externo, puesto que dentro de su contenido se establecerán las estrategias, tácticas y acciones necesarias para hacer frente a posibles contratiempos en la puesta en marcha del negocio y por otro lado permite obtener financiamiento externo de entidades bancarias o accionistas interesados en la idea de negocio.

5.2. Introducción

La presente investigación tiene por objetivo desarrollar un plan de negocio en la Asociación Agroimpe para la producción y exportación de Banano Orgánico en el distrito de Olmo, para lo cual se plantea demostrar su viabilidad y captar el interés de los asociados de tal forma que su puesta en marcha se desarrolle de manera conjunta entre todos los asociados para un mercado objetivo.

Los cultivos orgánicos son hoy en día el paradigma económico que cada vez se va convirtiendo en un importante eje de desarrollo para los países es así que dada su demanda, el Perú encabeza la lista de países productores de banano orgánico esto ha permitido a miles de familias encontrar un mecanismo propio de obtención de recursos que impacte en su bienestar. El presente trabajo busca determinar la viabilidad de la aplicación de un plan de negocios de banano

orgánico para la asociación de productores agrícolas del valle viejo Olmos específicamente la asociación Agroimpe la cual a través de iniciativas del Proyecto Especial Olmos Tinajones ha conseguido captar una oportunidad para revolucionar en la agricultura lambayecana, en el segmento de los productos orgánicos.

5.3. Fundamentación

De acuerdo con Viniegra (2009), la planificación es una de las partes más importantes de la gestión de una empresa, no importa si se trata de una gran corporación multinacional tratando de planificar una expansión o una pequeña empresa el lanzamiento de un producto nuevo y emocionante. Es fácil comenzar un proyecto, pero sin una planificación cuidadosa es como emprender un viaje a un destino desconocido y sin una hoja de ruta. En la mayoría de los casos, se crea un plan de negocios para explicar e ilustrar la visión que se tiene para el negocio, y para persuadir a otros en ayudar a lograr esa visión. Para lograr esto, el plan tendrá que demostrar que tiene una visualización firme de lo que el negocio va a ser.

5.4. Objetivos de la propuesta

Objetivo principal:

Esta propuesta tiene como principal objetivo, elaborar un plan de negocio para la producción y exportación de banano orgánico el cual sea viable para el interés de los asociados.

Objetivos específicos:

Realizar un diagnóstico de la demanda actual en el mercado objetivo.

Desarrollar estrategias para facilitar el ingreso y aceptación del producto.

Determinar la viabilidad del plan de negocio.

5.5. Generalidades de la Asociación Agroimpe

Breve Reseña Historia

La Asociación AGROIMPE - Olmos, fue constituida en abril del 2013, integrada por 28 productores. Sus miembros son agricultores que se dedican a los cultivos tradicionales como maíz principalmente, que les genera baja rentabilidad, y apuestan por la conducción de cultivos más rentables.

Razón social	Asociación AGROIMPE - Olmos		
RUC	20561159191		
Domicilio legal	Calle Santa Rosa Mz. 4 Lote 14 – Pueblo Joven Santa Rosa - Olmos		
Representante Legal	Jose Santos Cuero Panta	Presidente	
	Período de		

5.6. Misión, Visión y Valores

Misión (Propuesto):

Consolidar el bienestar de nuestros consumidores y nuestros productores a través de la mejora continua y la perfección.

Visión (Propuesto):

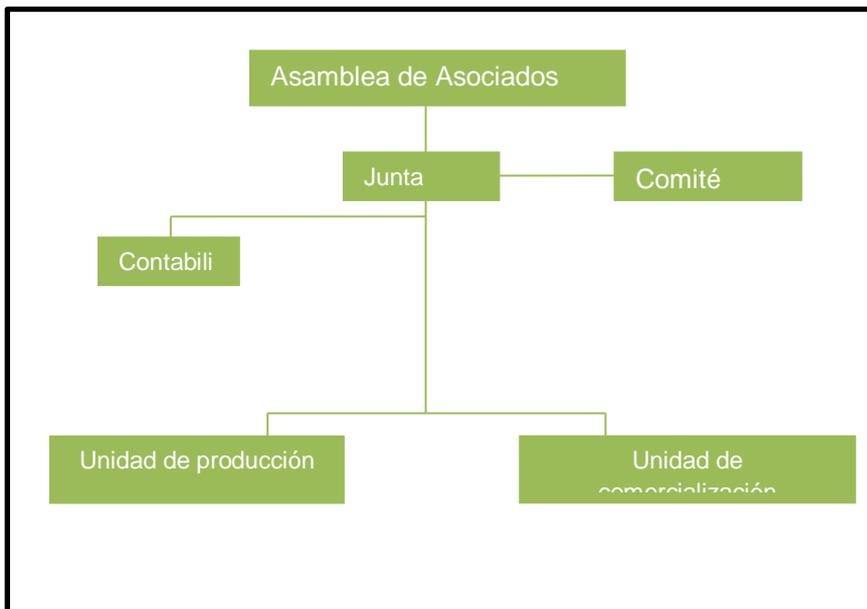
Ser la empresa líder en la producción orgánica certificada y sistemática de banano orgánico de la región Lambayeque.

Valores (Propuesto):

Compromiso. Nuestro compromiso es con nuestra organización nuestros socios y su bienestar así como con el bienestar y satisfacción de nuestros clientes y usuarios.

Honestidad. Somos conscientes de que al vender productos naturales, la honestidad es primero y la transparencia uno de nuestros pilares, así mismo la honestidad con nuestros métodos y resultados.

Organigrama (Propuesto)



Personal directivo

Fuente: Elaboración propia

Apellidos y nombres	Cargo	Resumen de experiencia y formación (perfil)
José Santos Curo Panta	Presidente	Productor agropecuario, con estudios secundarios, con experiencia en cultivos de espárrago, maíz, camote y frejol.
Juana Maco Aguilar	Secretario de Actas	Productor agropecuario, con estudios secundarios, con experiencia en cultivos de espárrago, maíz, camote y frejol.
Pedro Alcántara parra Calvay	Secretario de Economía	Productor agropecuario, con estudios secundarios, con experiencia en cultivos de espárrago, maíz, camote y frejol.

Segundo Curo Panta	Fiscal	Productor agropecuario, con estudios secundarios, con experiencia en cultivos de espárrago, maíz, camote y frejol.
Humberto Roque Benites	Vocal	Productor agropecuario, con estudios secundarios, con experiencia en cultivos de espárrago, maíz, camote y frejol.

Descripción del producto:

El banano orgánico con más de 175.1 mil hectáreas instaladas, se establece en el segundo producto agrícola de mayor importancia después del café, con una producción promedio de 374.0 mil has en el año 2012. En Tumbes, Piura y Lambayeque este crecimiento se ha visto favorecido por el incremento constante de los precios, sin embargo efectos negativos de las variables de producción han disminuido la capacidad ofertable de Tumbes y Piura siendo Lambayeque el departamento donde mejor desempeño productivos se ha logrado, la adición del valle viejo de olmos permitiría sumar 50.60ha para ofertar, lo cual representa una interesante oportunidad de desarrollo de mercado de banano orgánico tipo "Cavendish Valery".

El valor de la producción y mantenimiento de una hectárea del fruto llega a obtener un valor alrededor de US\$ 4,000/año. Las importantes zonas de producción y rendimiento son: Piura (17.8t/ha), Tumbes (16.1t/ha), La Libertad (23.1t/ha), Amazonas (11.9t/ha). El cultivo es permanente durante todo el año.

producción de banano orgánico llega a crecer durante todos los años, por la afiliación de muchas parcelas que estaban en transformación a la producción orgánica, motivada por los precios más altos que el convencional (Mostrar estadísticas)

En estos últimos años la demanda de los productos orgánicos viene creciendo considerablemente, por la preocupación de la población de los países

subdesarrollados, en los problemas de salud, como las enfermedades cancerígenas relacionadas con el contenido de elementos tóxicos en los alimentos, y por los problemas habidos en el medio ambiente.

FICHA TECNICA DE BANANO ORGANICO	
Nombre Científico	Musa Paradisiáca
Nombre comercial	Cavendish Valery
Nombre común	Plátano
Familia	Musáceas.
Especie	<i>Musa cavendishii</i> (plátanos comestibles cuando están crudos) y <i>Musa paradisiaca</i> (plátanos machos o para cocer).
Planta	Herbácea perenne gigante, con rizoma corto y tallo aparente, que resulta de la unión de las vainas foliares, cónico y de 3.5-7.5 m de altura, terminado en una corona de hojas.
Partida arancelaria	Nº 0803.00.12.00
Características biológicas	Forma oblonga.
	Pueden tener de 5 a 20 manos, cada una con 2 a 20 frutos
	color amarillo verdoso o amarillo
Propiedades	Elevado valor energético

	<p>vitaminas B y C</p> <p>Contiene sales minerales entre ellas hierro, fósforo, potasio y calcio.</p> <p>Los plátanos verdes mejoran el tránsito intestinal por su contenido en almidón e hidratos de carbono.</p>
Usos	El plátano maduro es un alimento que ayuda al sistema digestivo, ya que permite la secreción de jugos gástricos, por tanto suele ser utilizada en las dietas de muchas personas que han están siendo aquejadas por trastornos intestinales y mayormente en niños de corta edad.
Zonas de producción	<p>Nacional: Piura (17.8t/ha), Tumbes (16.1t/ha), La Libertad (23.1t/ha), Amazonas (11.9t/ha).</p> <p>Internacional: países africanos, encabezados por Uganda (9, 231,000 TM), Nigeria (2,991,000 TM), Ghana (2,930,000 TM) . En Segundo lugar esta América Latina y el Caribe de los cuales los principales productores son: Colombia (2, 780,642 TM), Perú (1, 834,511 TM), Cuba (605,000 TM) y Ecuador (595,027 TM).</p>
Origen	Se inicia en Asia meridional, siendo conocida en el Mediterráneo desde el año 650.
Temporadas de producción	Todo el año (junio agosto)
Rendimiento	17.22 Tm/Ha

Plagas	- THRIPS (<i>Hercinothrips femoralis</i>)
	COCHINILLA ALGODONOSA (<i>Dysmicoccus alazon</i>)
	- ÁCAROS (<i>Tetranychus telarius, Tetranychus urticae</i>)
	- TALADRO O TRAZA (<i>Hieroxestissubcervinella</i>)
	- BARRENADOR DE LA RAÍZ DEL PLÁTANO (<i>Cosmopolites sordidus</i>)
	- NEMÁTODOS (<i>Pratylenchus, Helicotylenchus, Meloidogyne</i>)
Enfermedades	· MAL DE PANAMÁ O "VETA AMARILLA"
	· AHONGADO DEL PLATANO O "PUNTA DE CIGARRO"
	· <i>Deightoniella torulosa</i>
	· ENFERMEDAD DE MOKO
Mercados de destino principales	EE.UU., Bélgica, Holanda, Alemania
Requerimientos agroecológicos del cultivo de banano	TEMPERATURA °C: Min. 20, med. 26, max. 28.
	PRECIPITACIONES (1800-2800 mm/año)
	HUMEDAD RELATIVA: más de 60%
	ALTITUD: 1700 m.s.n.m.
	VELOCIDAD DEL VIENTO: menor a 20 km/ h.

Suelo	TEXTURA: Franco arenolinoso.
	NIVEL FREATICO: 1,5 m.
	PH: 6 a 7.
	SALINIDAD: hasta 6 mm hos/cm ³

5.7. Desarrollo de la propuesta

Análisis del mercado.

En la actualidad existe una enorme cantidad de exportaciones hacia la Unión Europea la cuál ya en los últimos años ha ido aumentando proporcionalmente a comparación de los anteriores años.

Es decir que la producción en el peru está incrementando y al mismo tiempo creciendo los niveles de exportación al mercado de la Unión Europea ya que el 74% de las exportaciones totales en el 2014 estuvieran dirigidas hacia dicho mercado, lo cual beneficia el futuro escenario del mercado y por ello el dominio de la organización dentro del mismo.

Los principales competidores en el mercado de Holanda se muestran en el siguiente cuadro:

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Holanda en Toneladas

Producto: 080300 bananas o plátanos, frescos o secos

Zona	2010	2011	2012	2013	2014
Mundo	240,735.00	263,219.00	334,412.00	356,778.00	410,624.00
Ecuador	61,958.00	76,507.00	118,211.00	125,027.00	118,342.00
Colombia	102,704.00	124,856.00	91,886.00	54,910.00	115,316.00
Alemania	28,531.00	27,740.00	77,233.00	50,370.00	52,087.00
Perú	8,906.00	12,355.00	19,742.00	23,381.00	21,651.00
FUENTE: TRADEAP					
Brasil	400.00	509.00	8,970.00	17,333.00	10,722.00

Como podemos observar nuestros principales competidores en el mercado Holandés son Ecuador, Bélgica y Alemania, aquí hay que resaltar que en el caso de Bélgica y Alemania estos reexportan dentro de la Unión Europea. A nivel de Sudamérica nuestros principales competidores directos son Ecuador y Brasil. La demanda se da durante todo el año, con precios relativamente estables, por consiguiente se ha estimado la oferta considerando las exportaciones de Ecuador, Brasil y Perú hacia Holanda.

Oferta= Importaciones de Ecuador + Importaciones de Perú + Importaciones de Brasil

Se ha tomado como oferta las importaciones de Ecuador, Perú Y Brasil, ya que son nuestros principales competidores y cuentan con las mismas condiciones de exportación de banano respecto a variedad, estación y condiciones de producción.

Oferta (Importaciones de Ecuador, Perú Y Brasil en Toneladas)

FUENTE: Elaboración propia en base a datos de Trademap

No se tomó en cuenta los demás países debido a que no son unos competidores directos y no se encuentran en la misma zona geográfica y su volumen de importación no es considerable, y en el caso de Bélgica y Alemania estos países reexportan dentro de la Unión Europea.

Proyección de la oferta

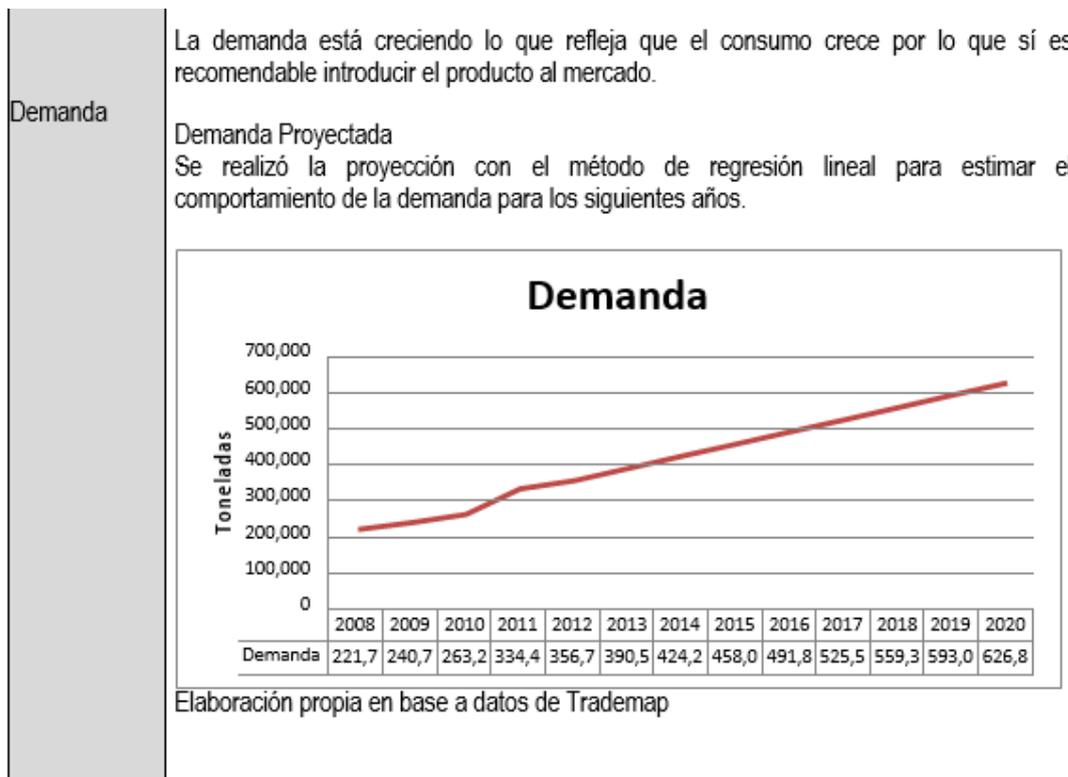
Se usó el método de regresión lineal para proyectar la oferta en el mercado de Holanda.

Se observa que la oferta tiene una tendencia creciente por lo que resulta imprescindible diferenciar el producto para que el consumidor lo compre por la mejor calidad y un precio considerado.

Oferta

Año	Ecuador	Perú	Colombia	Oferta
2010	61,958.00	8,906.00	102,704.00	173,568.00
2011	76,507.00	12,355.00	124,856.00	213,718.00
2012	118,211.00	19,742.00	91,886.00	229,839.00
2013	125,027.00	23,381.00	54,910.00	203,318.00
2014	118,342.00	21,651.00	115,316.00	255,309.00

Análisis FODA



Fortalezas:

Ausencia de Sigatoka, la cual es una enfermedad que afecta los cultivos de banano, pero gracias a los pesticidas naturales está ausente en Olmos.

Disponibilidad de mano de obra.

Certificación orgánica propia.

Recursos financieros provenientes del Comercio Justo.

El negocio se encuentra cofinanciado en un 70% por Agroideas.

Los compradores actuales desean comprar mayores cantidades de fruto.

Compromiso de los asociados e interés por la inversión.

Oportunidades:

El estado promueve el desarrollo de actividades alternativas en la agricultura.

El proyecto olmos está involucrado en el desarrollo de actividades comunales sectorizadas

Apertura comercial a través de los TLC.

Beneficio de los países que no producen plátano sobre todo los que exportamos actualmente.

Demanda durante todo el año: El banano es un fruto que es demandado durante todo el año.

Cooperación Internacional interesada en apoyar la actividad

Alto dominio adquisitivo de los consumidores de productos orgánicos

Aparición de nuevos compradores dispuestos a pagar más.

Buenas condiciones geológicas, geográficas y climatológicas para el cultivo de plátanos

El Estado fomenta el desarrollo del plátano orgánico mediante políticas comerciales que incluyen capacitaciones en la producción.

Valle viejo en Olmos Lambayeque reúnen condiciones climáticas favorables

Debilidades:

La infraestructura vial es precaria

Percibilidad del producto: El banano es una fruta que tiene un tiempo de maduración vertiginoso, el mismo que limita los viajes largos que demandan mucho tiempo.

Limitada investigación y asistencia técnica: La investigación de fertilizantes y pesticidas naturales que puedan contrarrestar enfermedades propias del banano

son mínimas en el país, el ministerio de agricultura no realiza investigaciones en este rubro.

Asociatividad y capacidad de gestión débil.

Amenazas:

Competencia elevadamente fuerte en el sector, como lo es Ecuador.

Altos patrones de calidad que suelen solicitar algunos países para poder tener ingreso a sus mercados.

Recesión mundial: La crisis internacional, está empezando a afectar la demanda de banano orgánico.

Aumento de la oferta mundial de banano orgánico: Países como Ecuador Y República Dominicana, están ingresando de manera muy agresiva en los mercados

Los bajos rendimientos en la producción pueden elevar los costos variables de empaque.

Fenómeno del Niño.

4. Matriz FODA

<p style="text-align: center;">Análisis Externo</p> <p style="text-align: center;">Análisis Interno</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1 Demanda durante todo el año.</p> <p>O2 Cooperación Internacional interesada en apoyar la actividad</p> <p>O3 Alto poder adquisitivo de los consumidores de productos orgánicos</p> <p>O4 Aparición de nuevos compradores dispuestos a pagar más.</p> <p>O5 Buenas condiciones geológicas, geográficas y climatológicas para el cultivo de plátanos</p> <p>O6 El Estado fomenta el desarrollo del plátano orgánico mediante políticas comerciales que incluyen capacitaciones en la producción.</p> <p>O7 Valle viejo en Olmos Lambayeque reúnen condiciones climáticas favorables.</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1 Competencia fuerte en el sector, como lo es Ecuador.</p> <p>A2 Altos estándares de calidad que solicitan algunos países para poder ingresar a sus mercados.</p> <p>A3 Recesión mundial.</p> <p>A4 Incremento de la oferta mundial de banano orgánico: Países como Ecuador Y República Dominicana, están ingresando de manera muy agresiva en los mercados</p> <p>A5 Los bajos rendimientos en la producción pueden elevar los costos variables de empaque.</p> <p>A6 Fenómeno del Niño.</p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>F1 Ausencia de Sigatoka, la cual es una enfermedad que afecta los cultivos de banano.</p> <p>F2 Disponibilidad de mano de obra.</p> <p>F3 Certificación orgánica propia.</p> <p>F4 Recursos financieros provenientes del Comercio Justo.</p> <p>F5 El negocio se encuentra cofinanciado en un 70% por Agroideas.</p> <p>F6 Los compradores actuales desean comprar mayores cantidades de fruto.</p> <p>F7 Compromiso de los asociados e interés por la inversión.</p>	<p style="text-align: center;">Estrategia FO</p> <p style="text-align: center;">Desarrollar estrategias para facilitar el ingreso y aceptación del producto</p> <p style="text-align: center;">(F2, F4, F3, O1)</p>	<p style="text-align: center;">Estrategia FA</p> <p style="text-align: center;">Establecer un sistema de procesos a través de la cadena de valor.</p> <p style="text-align: center;">(F2, F5, A1, A2, A3, A4)</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>D1 La infraestructura vial es precaria</p> <p>D2 Percibibilidad del producto</p> <p>D3 Limitada investigación y asistencia técnica</p> <p>D4 Asociatividad y capacidad de gestión débil</p>	<p style="text-align: center;">Estrategia DO</p> <p style="text-align: center;">Diseñar un mapa estratégico para otorgar una perspectiva de crecimiento sostenible del plan de negocio.</p> <p style="text-align: center;">(D1, O1, O3)</p>	<p style="text-align: center;">Estrategia DA</p> <p style="text-align: center;">Dar a conocer la viabilidad del plan de negocio mediante resultados de VAN y TIR.</p> <p style="text-align: center;">(D1, D2, D3, A3, A4)</p>

Desarrollo de estrategias del Plan de Negocio para la asociación Agroimpe.

Estrategia 1: Desarrollar estrategias para facilitar el ingreso y aceptación del producto.

Táctica: Diseñar estrategias que permitan captar la atención de los asociados y del mercado objetivo.

Acciones:

Liderazgo en costos.

Reducir costos de producción mejorando la calidad. Optimizar la producción reducir mermas, reducir costos por manejo fitosanitario orgánico, en base a estrategias de prevención.

Diferenciación.

Producción certificada, con criterios de trazabilidad, comercio justo y naturaleza orgánica. Que la producción de banano de la asociación cuente con certificación: orgánica, certificación de comercio justo, mecanismo de atención al cliente con alta trazabilidad en toda la cadena de producción desarrollo y distribución.

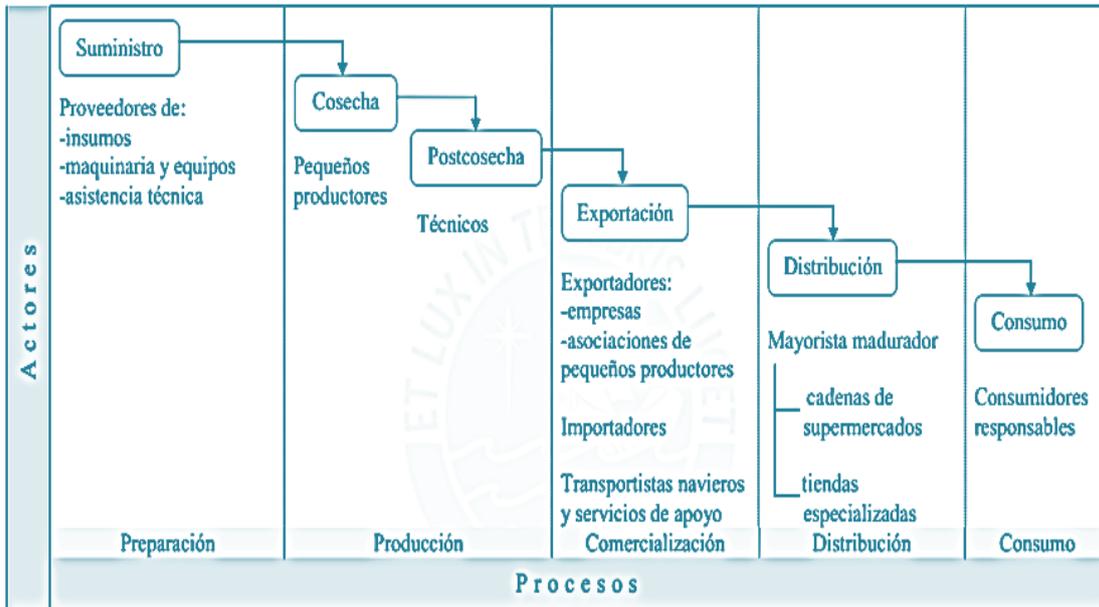
Enfoque.

Segmento naturalista, orientado a la vida sana, ingresos superiores al promedio en destino, con alta conciencia social de desarrollo comunitario. Desarrollar nuevos modelos de gestión comercial acceder a las oportunidades del mercado europeo y norteamericano, determinar y satisfacer necesidades orientadas a los productos naturales de baja y alta penetración comercial convencional y exótica.

Estrategia 2: Establecer un sistema de procesos a través de la cadena de valor.

Táctica: Diseñar una cadena de procesos fundamentales para mantener un orden y jerarquía en las actividades.

Acciones: Proponer un flujo de procesos de producción.



Estrategia 3: Diseñar un mapa estratégico para otorgar una perspectiva de crecimiento sostenible del plan de negocio.

Táctica: Ejemplificar las fases del plan de negocio desde la idea conceptual hasta los resultados proyectados.

Acciones:

Perspectiva de organización.

En este punto se desarrollará reuniones explicativas para dar a conocer las actividades iniciales del plan, desde una perspectiva de aprendizaje e innovación.

Perspectiva interna.

Demostrar las potencialidades del plan de negocio y sus proyecciones respecto a sus niveles productivos, creación de sub productos, mayor participación de mercado y posibles ingresos a mercados potenciales.

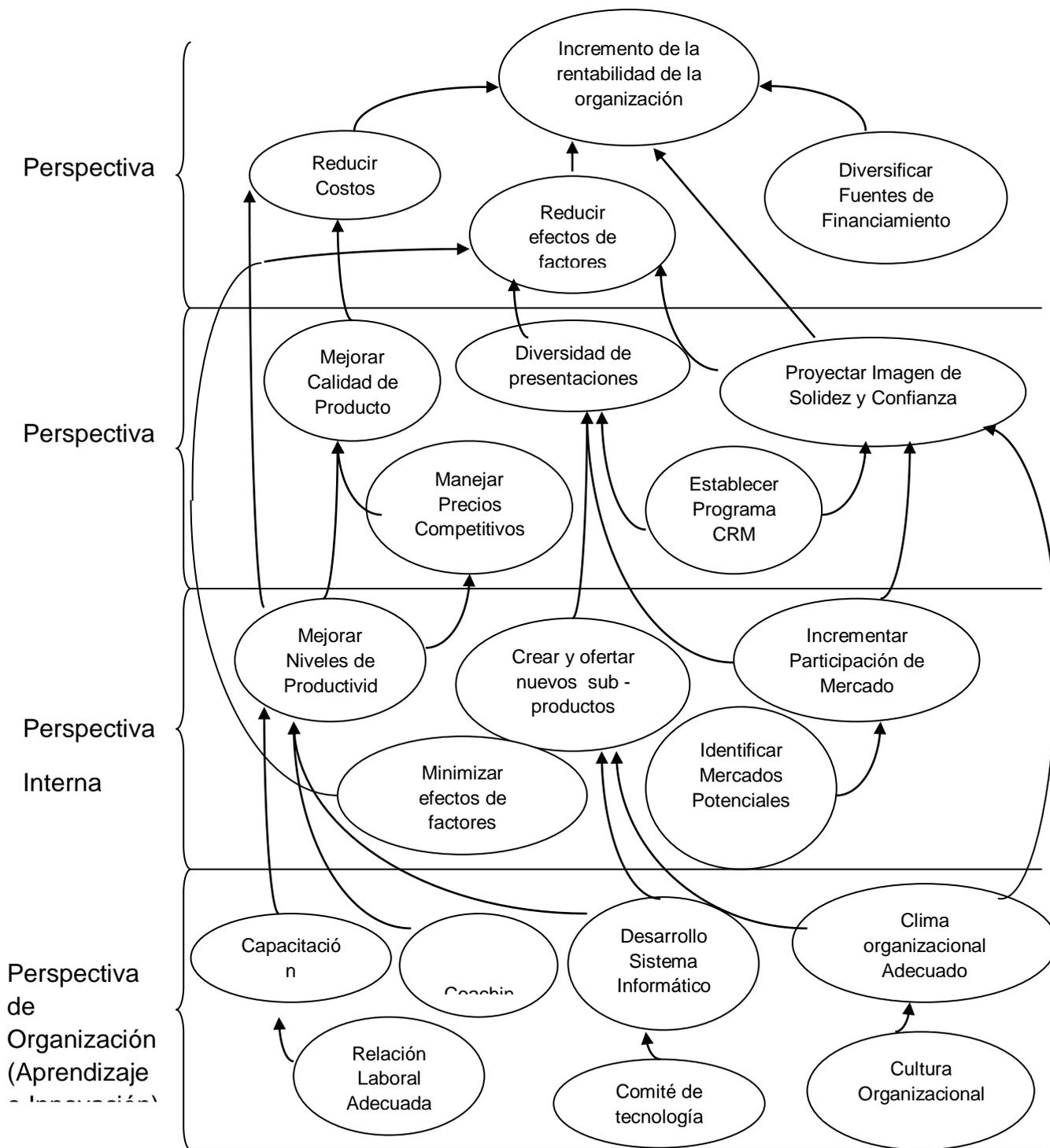
Perspectiva del cliente.

Dar a conocer las perspectivas de mejora para el cliente, los cuales estarán conformadas por la mejora de la calidad, precios más competitivos, aplicación de CRM, nuevas presentaciones a fin de proyectar imagen y solidez.

Perspectiva financiera.

Se establecerán estrategias y tácticas para reducir costos, aumentar la rentabilidad y obtener mayores beneficios de fuentes de financiamiento externo con el fin de fortalecer el nivel económico y rentable del plan de negocio.

Elaboración del mapa estratégico.



Estrategia 4: Determinar la viabilidad del plan de negocio mediante resultados de VAN y TIR.

Táctica: Desarrollar el plan financiero el cual demuestre la viabilidad del negocio a través de indicadores de VAN y TIR.

Acciones:

Cuantificar la demanda a través de una proyección de 4 años.

Realizar el estudio técnico identificando el costo total de materia prima e insumos.

Elaborar una proyección de ingresos del producto estrella de los primeros 4 años de actividad comercial.

Determinar el costo-beneficio de ingresos y egresos del plan de negocio.

Identificar el punto de equilibrio.

Demostrar la viabilidad del negocio a través de los indicadores VAN y TIR.

Plan Financiero

Objetivos del PN.

Reconversión de cultivos tradicionales a través de la instalación de banano orgánico, para efectos de mejorar la posición de rentabilidad en el negocio agrícola, diversificar la producción y acceder a nuevos mercados como el orgánico.

Objetivos Específicos y Estrategias

Instalar parte de su área productiva con el cultivo de banano orgánico.

Certificar la producción del cultivo de banano

Disponer de una empacadora para sus actividades de post cosecha

Desarrollar capacidades de gestión dentro de la asociación.

Manejar herramientas de gestión del agronegocio.

Área	Estrategia	
	¿Cómo se plantea lograrlo?	
Producción (agrícola)	Reconvertir el área productiva de cultivos tradicionales, diversificando su producción.	Instalar 29.00 Ha con cultivo de banano orgánico de exportación
		Contratar asistencia técnica para asegurar la correcta reconversión con cultivo de banano orgánico.
	Certificar la producción del cultivo de banano	Implementar la certificación orgánica del cultivo de banano
		Implementar la certificación GLOBALGAP
Procesamiento /transformación	Desarrollar el proceso de empacado de banano	Instalar Sistema de Cable vía.
Gestión comercial / mercadotecnia	Desarrollar capacidades de gestión comercial de la organización	Capacitación de Implementación en Sistemas de Gestión de la Calidad

Finanzas	Obtener financiamiento para reconversión con banano, certificar orgánico y construir una empacadora	Gestionar el apoyo al programa AGROIDEAS, con el cofinanciamiento de la inversión
	Manejar herramientas de gestión	Capacitación en Herramientas de Gestión de agronegocios.

Estrategia de Mercado

La venta se va a realizar a la empresa Frutos de Colan SAC., que se dedicará a la comercialización y exportación de productos como banano orgánico y se le proveerá a través de contrato de compra – venta. En el primer año se venderá a mercado nacional, en el segundo año se exportará la fruta, el pago al productor en los dos primeros años será a nivel de cosechada en planta y en el tercer año se espera la venta se realice a nivel de caja empacada o farm gate.

Metas del PN.

Objetivo Específico	Indicadores	Nivel Actual (base)	Meta año 1	Meta año 2	Meta al final del PNT
Reconvertir el área productiva de cultivos tradicionales	Área instalada con banano (Ha)	0	29.00	-	29.00
	Productividad (Tm/Ha)	0	22.76	29.81	41.37
	Producción (Tm)	0	659	864	1199
Certificar la producción del cultivo de banano	Área orgánica certificada (Ha)	0	0	29.00	29.00
Certificar los campos con GLOBALGAP	Área certificada con GLOBALGAP	0	0	29.00	29.00
Desarrollar el proceso de empacado de banano	Calidad exportable (%)	0	82	84	88
Desarrollar capacidades de gestión comercial de	Volumen de ventas (Cajas de 18.14 Kg.)	0	1255	1643	2281

la organización	Número de contratos	0	-	1	1
Obtener financiamiento para reconversión con banano, certificar orgánico y construir una empacadora	Monto obtenido como financiamiento por parte de AGROIDEAS (S/.)	0	543,687.00		543,687.00
Manejar herramientas financieras de gestión del agronegocio	Ingreso de ventas (S/.)	0	363,834	712,591	1'011,268

Programación de Actividades

Se ha realizado la programación de actividades, las cuales se detallan en un formato de Gant. Se adjunta en Anexos. Ver Anexo 03.

Adopción de Tecnología

El PN puede ser implicado una o más soluciones tecnológicas. Una rápida solución tecnológica suele ser un elemento de la adopción de tecnología. Como ejemplo de mecanismos o soluciones tecnológicas podemos citar: la implementación de una planta de proceso, la reconversion productiva, la contratación de servicios especializados de asistencia técnica, la implementación de un programa de producción orgánico, etc.

Procesos y Productos con el PN

Descripción de los procesos una vez implementado el PN

Proceso / Actividad	Detalle técnico	¿Proceso mejorado? (Sí / No)
1. Preparación del terreno	<p>Como todo los demás cultivos, éste suele responder de una buena preparación de terreno.</p> <p>La siembra del banano puede realizarse los doce meses del año. Si la siembra llegara ha realizarse para exportación de la fruta, se puede sembrar en cualquier</p>	<p>Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para la siembra (Diseño de sistema de siembra,</p>

2. Siembra		
2.1. Hoyado	Esta labor podrá ser realizada cuando el suelo se mantiene húmedo, recomendándose que las medidas del hoyo deben ser de: 30 cm de ancho x 30 cm de largo x 30 cm de profundidad. Estas medidas generalmente están acondicionadas al tamaño de la semilla en bolsa.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para la siembra (Diseño de sistema de siembra, hoyado y siembra).
2.2 Siembra	Una vez que este diseñado el sistema de siembra podemos proceder a la misma, según programación de siembra de lotes de 5 Ha por semana. Para la siembra se sugiere los siguientes pasos: <ul style="list-style-type: none"> ● Colocar abono orgánico y Roca fosfórica al fondo del hoyo. La cantidad dependerá del análisis de suelo de cada una de las parcelas. ● Tapar estos abonos con una pequeña capa de suelo superficial, para evitar que estos productos entren en contacto con el seudotallo al momento de plantarlo. ● Colocar la semilla taparla con tierra y apisonar bien el suelo y no dejar 	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para la siembra (Diseño de sistema de siembra, hoyado y siembra de meristemas). Se ha calculado 1700 plantas/Ha debido a las condiciones de suelo y
2.3. Resiembra	Se deben monitorear la presencia de fallas de siembra, mutaciones, etc. Se usan las plantas de reserva.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para la resiembra (Diseño de sistema de siembra, hoyado y siembra).
3. Fertilización	Para un buen plan de fertilización hay que tener en cuenta el análisis de suelo y la cantidad de fruta que se va a cosechar teniendo en cuenta estos dos factores podemos elaborar el plan de fertilización en términos generales se recomienda: <p>7 sacos de 40 Kg. De compost, más</p> <p>2.5 sacos de Sulfato de potasio, aplicando cada 2 meses; es decir que durante un año son 48 sacos de compost y 16 sacos de Sulfato de potasio. Ver</p>	Proceso implementado con la reconversión, y atendido con recomendaciones de Buenas prácticas agrícolas, comprendidas en los procesos de Certificación orgánica y GLOBALGAP.

4. Cultivos y Deshierbo	Las malezas compiten por luz, agua y nutrientes con el cultivo por lo que se deben realizar los respectivos deshierbos que suelen distinguirse en 2 etapas: Los 6 primeros meses la maleza suele controlarse con pases de arado, con tracción animal, entre las calles de la plantación. Después del sexto mes la maleza se controla con el champeado labor que se realiza con machete, posteriormente la maleza llega a controlarse con incorporación de las mismas hojas seudotallos y sepas bien picadas y esparcidas en el suelo, estos materiales provienen primero de los deshojes y deshijos y luego de plantas ya cosechadas.	Proceso implementado con la reconversión, y atendido con recomendaciones de Buenas prácticas agrícolas, comprendidas en los procesos de certificación orgánica y GLOBALGAP.
5. Riego	La planta de banano por tener hojas grandes y seudotallos suculentos, necesita de humedad permanente. La permanente actividad de raíces absorbentes distribuida en la capa superficial del suelo, permite que esta labor se realice con una frecuencia de 15 días.	Proceso implementado con la reconversión, y atendido con recomendaciones de Buenas prácticas agrícolas, comprendidas en los procesos de certificación orgánica y GLOBALGAP.
6. Mantenimiento		
6.1. Deshije	Una vez que se seleccionen los hijuelos que permitirá mantener la secuencia de producción, el resto debe de eliminarse, utilizando preferiblemente el sacabocado que elimina la yema vegetativa.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para mantenimiento del cultivo (Deshije, desflore, deschante y
6.2. Deshoje	Consiste en poder eliminar todas las hojas dobladas y secas, cortandose de abajo hacia arriba, consiste en eliminar	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la
	hojas que presenta alguna enfermedad foliar, o las hojas secas o dobladas y un deshoje de protección consiste en eliminar las hojas que están dañando el racimo.	Asistencia técnica especializada para mantenimiento del cultivo (Deshije, desflore, deschante y apuntalamiento).

6.3. Deschante	Es la limpieza que se da a las vainas secas adheridas al seudotallo.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para mantenimiento del cultivo (Deshije, desflore, deschante y
6.4. Ensunche	Una planta de banano con un racimo de buen crecimiento y buen peso se torna fácil a la tumbada, por acción de vientos aun moderados, con la consecuente pérdida en la cosecha. Para poder advertir esto procedemos al ensunche, que consiste en amarrar las plantas entre sí evitando que roce con el racimo y su caída	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para mantenimiento del cultivo (Deshije, desflore, deschante y
7. Plagas y enfermedades	<ul style="list-style-type: none"> ● Picudo Rayado: (Metamasius hemipterus), cuyo adulto es de color amarillento oscuro, el daño se origina en el seudo tallo y parte basal del seudotallo en el cual se encuentran numerosas galerías. ● Picudo Negro: (Cosmopolites sordidus), esta considerado como la mayor plaga del banano en toda las zonas del mundo. El insecto adulto es de color negro uniforme, el daño es originado en el rizoma. ● Sigatoka Amarilla: (Micosphaerella musicola) también ataca el área foliar, está lluvioso. <p>En la producción orgánica se recomienda realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Control legal: Consiste en evitar el ingreso de material de propagación que exista la presencia de esta plaga. ● Control cultural: Podemos realizarlo haciendo una buena Selección de rizomas, un buen control de malezas, una buena fertilización balanceada, y una buena limpieza y remoción de hojas secas. 	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para prevención y control de plagas y enfermedades.

	más que todo a la protección de suelo, aire y agua: en la Protección del suelo, Recojo de materiales contaminantes, Uso de fertilizantes orgánicos. Para la protección del aire evitar en lo posible la quema de rastrojo, plásticos, u otros materiales que contaminen el aire. Para la Protección del agua hacer un uso adecuado de los productos que contaminan las fuentes hídricas como la grasa, aceite.	
8. Protección de Racimos		
8.1. Enfunde	Consiste en colocarle al racimo una funda de polipropileno perforada en su totalidad con perforaciones de 4 mm de diámetro cada 76 mm en cuadrado, con este método evitaremos daños a la fruta por insectos, además de tener una mejora de la fruta en cuanto a coloración, brillo, grosor y longitud. El racimo alcanzara más rápido la época de corte. El enfunde se realiza tan pronto el ápice inferior de la bellota o cucula apunte al suelo.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para cuidado del racimo (Enfunde, encinte, Desflore, deschive, destore y limpieza del enfundado).
8.2. Encinte	Es una práctica que suele realizarse junto con el enfunde y permite determinar la edad del racimo.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para cuidado del racimo (Enfunde, encinte, Desflore, deschive, destore y limpieza del
8.3. Desflore	Es la eliminación de los residuos florales en la fruta muy joven con esta operación se llegan a tener buenos resultados en cuanto a presentación de la fruta en el empaque, reduciendo así los daños ocasionados por las cicatrices florales durante la cosecha y transporte de la fruta a la planta de empaque. El desflore puede hacerse fácilmente entre los 3 y 7 días después de enfundarlo. Esta operación tiene que ejecutarse en el momento adecuado caso contrario no se debe realizar.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para cuidado del racimo (Enfunde, encinte, Desflore, deschive, destore y limpieza del enfundado).

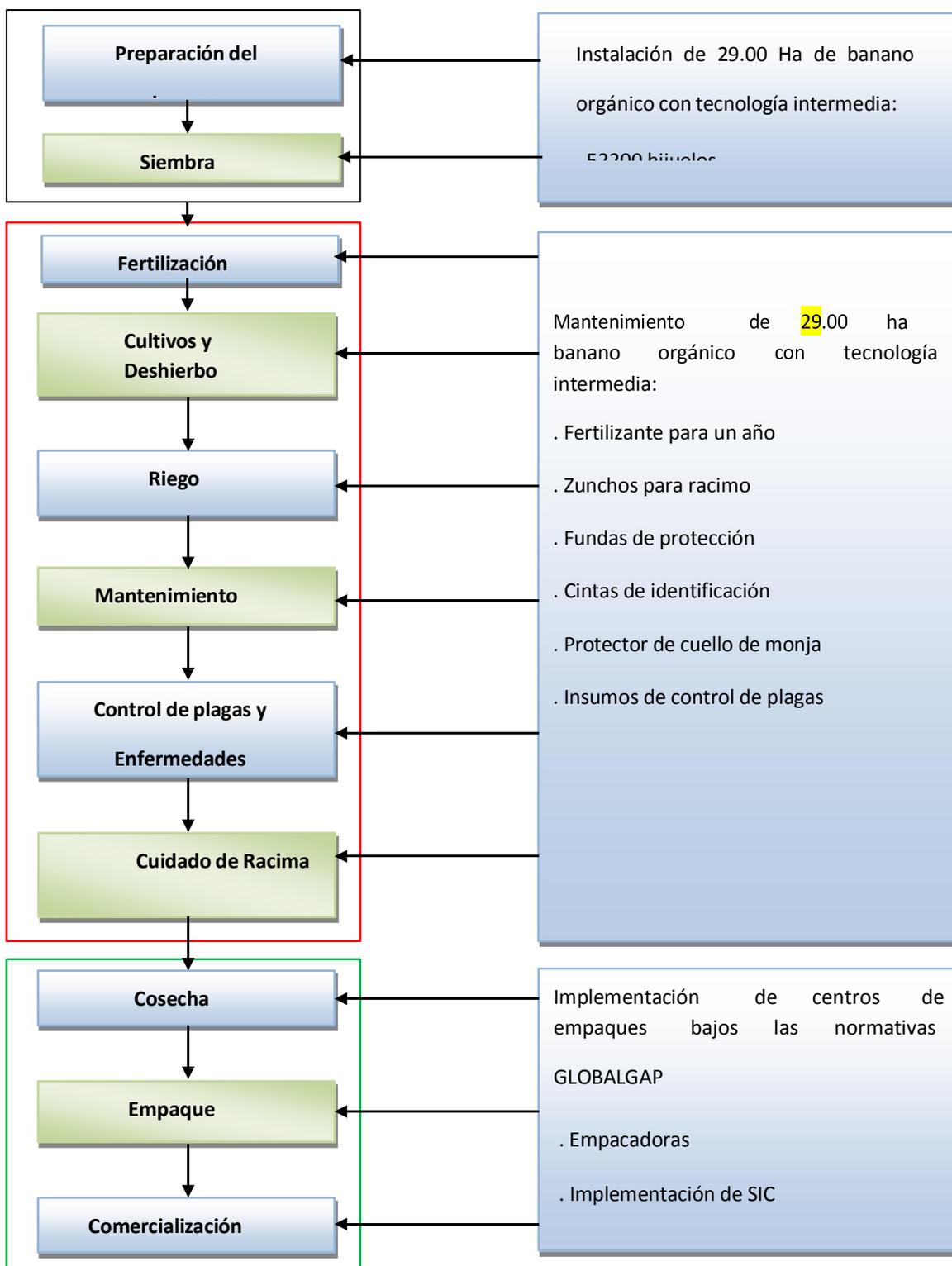
8.4. Deschive	Se realiza a las 2 semanas de nacida la bellota o Cucula. Consiste en podar el racimo la última mano o mano falsa, dejando dos dedos adheridos al	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica
	raquis, incluyendo la eliminación de 2 manos inmediatas superior de la mano falsa. Con esta labor se han obtenido resultados positivos en aumento de grado y/o peso de los dedos y mejoras en apariencia y calidad de la fruta.	especializada para cuidado del racimo (Enfunde, encinte, Desflore, deschive, destore y limpieza del enfundado).
8.5. Destore	Es la eliminación de la cucula (resto de la bellota), la época apropiada para ejecutar esta labor es 2 semanas de la formación del racimo, lo que proporciona un estímulo de precocidad y formación de los frutos.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para cuidado del racimo (Enfunde, encinte, Desflore, deschive, destore y limpieza del enfundado).
8.6. Limpieza del enfundado	Debe hacerse en forma permanente con la finalidad de eliminar restos de cucula y de flores para que estas no rocen con los fruto.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada para cuidado del racimo (Enfunde, encinte, Desflore, deschive, destore y limpieza del
9.0 Cosecha y Empaque		
9.1. Cosecha	Debe realizar con la ayuda un podón, se corta la planta a cosecharse y se vira el racimo para ponerlo sobre una cuneta. Y es llevada al cable vía más cercano para su transporte al centro de empaque.	Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializad, el personal estará a cargo en los tres primeros años a la empresa FRUCOSAC, además se encargará de implementar los centros de empaque.

<p>9.2. Empaque de Banano</p>	<p>Se realiza el desmane, selección, desinfección y empaque de la fruta, después de empacada se coloca la trazabilidad para su paletizado y puesta en contenedor.</p>	<p>Proceso implementado con la reconversión, desarrollado con la Asistencia técnica especializada, el personal estará a cargo en los dos primeros años a la empresa FRUCOSAC.</p>
--------------------------------------	---	---

Diagrama de flujo de procesos de la organización.

ETAPAS DE PROCESO

INTERVENCIÓN DEL PROGRAMA



Requerimiento de Bienes o Servicios para la Adopción de Tecnología

Bien: nombre y cantidad	Solución Tecnológica a que corresponde	Especificaciones técnicas
Semilla (Meristemas) (1800 unidades/Ha x 29.00 Ha)	Instalación de banano orgánico	<p>Los meristemas de banano (material vegetal) provendrán de laboratorios certificados orgánicos de GALILTEC SA de CV, productores reconocidos a nivel mundial. Los meristemas tendrán una altura entre 30 a 40 cm, estarán libre de plagas y enfermedades, no presentar daños.</p> <p>Será un total de 1,800 Hijuelos/Ha, que se ha calculado en base a las condiciones de suelo de la zona y la disponibilidad de agua, teniendo un total de 52,200, a un precio de USD \$ 1.90 la unidad, lo que hace un valor total de S/.</p>
Agriphos Ca (2 sacos x Ha/año)	Instalación de banano orgánico	Fertilizante procesado 100% orgánico. Producto limpio de impurezas. Producto natural orgánico en forma de polvo de granulación uniforme, color oscuro. Composición Química Fósforo 35% y además otros elementos químicos.
Kimmelgran (12 sacos x Ha/año)	Instalación de banano orgánico	Abono orgánico apto para uso en Agricultura orgánica obtenido a partir de una mina de arcillas ricas en materia orgánica mineralizada, favorece el crecimiento y desarrollo de todo tipo de plantas, mejorando el suelo y cuidando el medio ambiente. Aumenta la fertilidad y materia orgánica del suelo.
Compost (48 sacos x	Instalación de	Abono orgánico apto para uso en Agricultura orgánica obtenido a partir de la descomposición de estiércol. Favorecen el crecimiento y desarrollo de todo tipo de plantas, mejorando el suelo y cuidando el medio ambiente. Aumenta la fertilidad y materia orgánica del suelo. Puede utilizarse como sustrato para semilleros, puro o en mezclas.
Sulfato de potasio (24 sacos x Ha/año x	Instalación de banano orgánico	Es un fertilizante sólido, que contiene 50% de Potasio y 18% de Azufre, aplicado al suelo húmedo se disocia en ion Potasio y en ion Sulfato pudiendo ser absorbidos de manera directa, en el caso del ion Potasio.
Sunchos (8 x Ha)	Instalación de banano orgánico	<p>13 m de largo y en "V" para ser amarrados a plantas vecinas.</p> <p>Costo: S/54.00 por unidad. Ver Anexo N 13.6</p>

Fundas para protección de racimos (2 millares x Ha)	Instalación de banano orgánico	El banano en el campo necesita pasar 12 semanas para ser cosechado y se requiere de una agrdable funda para protegerlo, que pueda ser resistente, soporten las inclemencias del tiempo y mantenga el banano en óptimas condiciones. Ver Anexo N 13.4
Cintas de identificación (2 millares/Ha)	Instalación de banano orgánico	Cintas que sean resistentes a las inclemencias del tiempo, que no pierdan su colorido e intensidad, de baja densidad. Sirven para medir la edad del Banano. Ver Anexo N 13.6
Cuello de monja (4.5 millares/Ha)	Instalación de banano orgánico	Cuello de monja o láminas de protección temprana, esta tecnología nos permitirá tener un alto porcentaje de fruta con calidad exportable. Ver Anexo N 13.5
Balanza digital de 30 Kg.	Desarrollar el Proceso de Empacado de banano orgánico	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad auto programable 30kg x 0.002Gr. - Placa hermetizada. - Teclado de membrana impermeable de alta resistencia. - Bandeja en acero inoxidable - Plástico en ABS inyectado de alta dureza. - Display o pantalla en Back light Y LED verde en parte delantera y trasera. - Información de detección de errores. - Tara ingresarle por peso.
Sistema de Cable Vía para Banano	Desarrollar el Proceso de Cosecha de banano orgánico	Comprende: Cable en suspensión a una altura de 2.15 metros, con arcos de tubo metálico galvanizado de 2" para sujetar el cable, estos arcos
		poseen una agarradera de fierro 3/8 (Z) y winchas para sujetar el cable vía. Como parte de la operatividad del cable vía están 100 Garruchas para proceso, las cuales serán usadas para transporte de racimos.

Requerimiento de servicios para la adopción de tecnología.

Servicio: nombre y cantidad	Solución Tecnológica a que corresponde	Términos de referencia
Formulación de Plan de Negocios	Instalación banano de orgánico	Contratar los servicios del Consultor Pedro Quezada Valladolid, para la elaboración del Plan de Negocios para ser presentados a AGROIDEAS. Ver Anexo N 14.1
Asistencia técnica especializada para la siembra (Diseño de sistema de siembra, hoyado y siembra, Deshije, desflore, deschante y apuntalamiento, Enfunde, encinte, Desflore, deschive, destore y limpieza del enfundado y prevención y control de plagas y enfermedades)	Instalación banano de orgánico	Contratar los servicios de asistencia especializada por un periodo de 12 meses, a un costo total de S/. 30,000.00 para atender la instalación de 29.00 Ha de cultivo de banano orgánico. Proveedor identificado: Por identificar.
Capacitación para implementar el Sistema de Control Interno.	Instalación banano de orgánico	Capacitación en Implementación del Sistema Interno de Control (SIC). Por un monto de S/. 9,000.00 Proveedor Identificado: FRUTOS DE COLÁN
Capacitación para implementar el Sistema de Gestión de Calidad.	Instalación banano de orgánico	Capacitación en Implementación del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC). Por un monto de S/. 20,000.00 Proveedor Identificado: FRUTOS DE COLÁN
Servicio de certificación Orgánica	Instalación banano de orgánico	El servicio de certificación consiste en: <ul style="list-style-type: none"> - Revisión inicial de la información. - Inspección de las operaciones en sus respectivos locales. - Elaboración de un informe de inspección. - Revisión del informe por parte del comité de certificación. - Elaboración y envío de los certificados.

<p>Servicio de certificación GLOBALGAP</p>	<p>Instalación de banano orgánico</p>	<p>El servicio de certificación consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión inicial de la información. - Inspección de las operaciones en sus respectivos locales. - Elaboración de un informe de inspección. - Revisión del informe por parte del comité de certificación. - Elaboración y envío de los certificados. - Monitoreo de las ventas. - Comunicación con los clientes. - La resolución que acredita la certificación
--	---------------------------------------	---

Factibilidad de la Instalación y Funcionamiento de los Bienes y Servicios en la Zona de Producción.

El distrito de olmos encuentra ubicado a una altitud de 150 msnm, esta de relieve muy uniforme, clima seco y con precipitaciones que varían entre 100 y 500 mm anuales. Las condiciones climáticas de la zona son propicias para el desarrollo del cultivo. Los elementos de riesgo son presencia de plagas y enfermedades.

Los suelos presentan una textura franco limosa, franca arcillosa, fértiles, permeables, presentan buen drenaje, ricos en materias orgánicas, son planos y de pendientes poco pronunciadas.

Respecto a sus características topográficas, son superficies planas, que permiten realizar las labores agrícolas, manejar riego tecnificado, y buen desplazamiento de vehículos y maquinarias agrícolas.

El tipo de riego que predomina es por gravedad.

La planta de banano, requiere entre 13,000 a 15,000 m³/Ha/año y debe aplicarse riegos frecuentes con volúmenes adecuados. El banano, no suele soportar el riego originado por pozas de inundación con acumulación de agua en forma prolongada, porque daña el sistema radicular y las plantas tienden a caer; contrariamente el déficit hídrico llega a afectar la disponibilidad de los nutrientes porque no entran en solución generando el arrollamiento de las hojas que en casos extremos, puede generar el aborto del racimo.

Disponibilidad de servicios básicos en el área donde se construirá la

empacadora e instalará equipos para dicha labor. Se cuenta con conexión eléctrica, disponibilidad de agua. Se cuenta con terrenos a nombre de la asociación para construcción de empacadoras

El mantenimiento de equipos como balanzas se han considerado dentro del PNT, hay disponibilidad de servicios de mantenimiento en la ciudad de Chiclayo.

Se cuenta con los espacios para el almacenamiento de insumo, herramientas y equipos

Si existe disponibilidad de infraestructura para el aparcamiento y cuidado de vehículos y maquinarias.

Disponibilidad de recurso hídrico para toda el área productiva involucrada en el PNT Hay disponibilidad de recurso hídrico el cual proviene del Proyecto OLMOS, y tiene una disposición de agua para todo el año. La asociación cuenta con derecho del uso del agua ya que tiene un Plan de cultivo y riego aprobado para el total de sus áreas.

Disponibilidad de servicios de transporte de insumos y productos desde y hacia la zona de producción.

Los proveedores de insumos se encuentran cerca, en la ciudad de Lambayeque y Chiclayo, hay disponibilidad de carretera asfaltada.

Plan de Producción y Ventas

Año	Unidades productivas (Ha)	Rendimiento esperado (Kg/Ha)	Producción total estimada (Kg)
Año 0		-	-
Año 1	29.00	22,758.44	659,994.88
Año 2	29.00	29,811.28	864,527.00
Año 3	29.00	33,187.49	962,437.29
Año 4	29.00	36,204.54	1,049,931.59
Año 5	29.00	41,376.61	1,199,921.82

La Organización debe mostrar de forma segura la proyección de producción, según la siguiente tabla:

Producto	Calidad	Volúmenes estimados de producción anual (Kg.)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Banano	Exportabl		864,527.00	0	1,049,59	1,199,921.82
Banano	Nacional	659,994.88				

Volúmenes de Venta Estimados en el Mercado Objetivo.

Variable	Nivel de ventas por año						
	Año 0 (*)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Banano	Volumen (Caja de 18.14 Kg)	36,383.40	0.00	0.00	0.00	0.00	
	Precio prom. (S/.)	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	
	Sub total	363,834.0	0.00	0.00	0.00	0.00	
Banano	Volumen	0.00	38,126.88	31,833.65	11,575.87	6,614.78	
	Precio prom. S/.)	14.84	14.84	14.84	14.84	14.84	
	Sub total	0.00	565,802.9	472,411.3	171,785.94	98,163.39	
Banano Org	Volumen		9,531.72	21,222.43	46,303.49	59,533.06	
	Precio prom. (S/.)	15.40	15.40	15.40	15.40	15.40	
	Sub total	0.00	146,788.4	326,825.4	713,073.72	916,809.06	
Total venta de banano (S/.)		-	983,908.9	363,834.0	712,591.3	799,236.79	884,859.66

(*) Se refiere al dato del año base.

Plan de Manejo Ambiental

Presupuesto del Plan de Manejo Ambiental

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Control fitosanitario de plagas.	Aplicación	6	96	16,704.00	16,704.00	16,704.00	16,704.00	16,704.00
Recojo de residuos sólidos de los centros de empaque	Tarea	52	30.00	-	1,560.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00
Certificación orgánica	Certificación	1	8,392.16	8,392.16	8,392.16	8,392.16	8,392.16	8,392.16
Totales				25,096.16	26,656.16	26,656.16	26,656.16	26,656.16

Plan de Control de Riesgos

Identificación de los Riesgos y Acciones de Prevención o Mitigación

Proceso	Etapa o	Riesgos	Acciones de prevención o
Producción	Abonamiento	Costos elevados de Sulfato de Potasio	Aprendizaje en la preparación y uso de otras alternativas de abonamiento del cultivo
Postcosecha	Empaque	Limitada área para instalación para el proceso de empaque	Realizar inversión en instalaciones propias para el proceso de empaque y
Producción	Fitosanitaria	Presencia de plagas y enfermedades difíciles de detectar, que pueden	Adopción de técnicas de control de plagas y enfermedades más rigurosas por parte de los

Presupuesto del PN

El presupuesto del PNT contiene información básicamente enfocada a la inversión total del PNT y los costos y gastos para la operación del mismo.

Costos de Operación (producción y/o acopio y/o transformación).

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Total (\$/.)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión									
Insumos para la instalación y mantenimiento del primer año del				476,6	476,64				
Semilla (Mersitemos) (1800 unidades/Ha x 29 Ha)	Unida	52,2	5.32	277,7	277,70				
Abonamiento de fondo (compost)	TM	116.	270.00	31,32	31,320.				
Agriphos Ca (02 bolso x Ha x año)	Bolsa	58.0	105.00	6,090.	6,090.0				
Kimelgran (12 bolsa x Ha x año)	Bolsa	348.	125.00	43,50	43,500.				
Sulfato de potasio (16 bolsa x Ha)	Bolsa	464.	110.00	51,04	51,040.				
Compost (48 sacos x Ha X año)	Tm	116.	270.00	31,32	31,320.				
Zunchos para Racimo (8 rollos x Ha x año)	Rollo	232.	46.00	10,67	10,672.				
Fundas para protección de racimos (2.6 millares x	Millar	75.4	90.00	6,786.	6,786.0				
Cintas de identificación (2.6 millares x Ha x año)	Millar	75.4	20.00	1,508.	1,508.0				
Programa de Control de Plagas(Profil, Algae Groe,	Global	174.	96.00	16,70	16,704.				
Bienes				255,0	255,09				
Sistema de cable vía	Km	3.60	70,449.1	253,6	253,61				
Balanzas	Unida	2.00	740.00	1,480.	1,480.0				
Servicios				121,7	121,72				
Formulador de plan de negocios	Plan	1.00	10,000.0	10,00	10,000.				
Coordinador del proyecto	Servic	12.0	3,000.00	36,00	36,000.				
Servicio de manejo tecnificado del cultivo de	Servic	12.0	2,500.00	30,00	30,000.				
Contratación de servicios de asesoría para	Taller	3.00	3,000.00	9,000.	9,000.0				
Consultoría para la implementación de	Consu	1.00	20,000.0	20,00	20,000.				
Servicio de certificación Orgánica	Certific	1.00	8,392.16	8,392.	8,392.1				
Servicio de certificación GLOBAL GAP	Certific	1.00	8,337.00	8,337.	8,337.0				
Sub total Inversión				853,4	853,47	0.00			
Mantenimiento de maquinarias y equipos	Servic	1.00	12,000.0	12,00		12,00	12,00	12,00	12,00
Sub total mantenimiento									
Operación (producción y/o acopio y/o transformación)									
MANTENIMIENTO DE CULTIVO									
MANO DE OBRA									
Instalación				13,63					
Servicio de gradeo pesado	Ha	29.0	150.00	4,350.					
Servicio de gradeo liviano	Ha	29.0	80.00	2,320.					
Jornales	Jornal	232.	30.00	6,960.					
Labores Culturales.				5,450.	158,05	158,0	158,0	158,0	158,0
Deshierbo	Jornal	30.0	25.00	750.0	21,750.	21,75	21,75	21,75	21,75
Abonamiento	Jornal	18.0	25.00	450.0	13,050.	13,05	13,05	13,05	13,05
Riegos	Jornal	20.0	25.00	500.0	14,500.	14,50	14,50	14,50	14,50
Deschante, deshije, deshoje	Jornal	24.0	25.00	600.0	17,400.	17,40	17,40	17,40	17,40
Apuntalar, ensunchar	Jornal	6.00	25.00	150.0	4,350.0	4,350.	4,350.	4,350.	4,350.
Enfunde, desflore, deschive, endaipe	Jornal	100.	25.00	2,500.	72,500.	72,50	72,50	72,50	72,50
Destallar	Jornal	20.0	25.00	500.0	14,500.	14,50	14,50	14,50	14,50
INSUMOS									
Fertilizantes				4,550.		131,9	131,9	131,9	131,9
Agriphos Ca (02 bolso x Ha x año)	Bolsa	2.00	105.00	210.0		6,090.	6,090.	6,090.	6,090.
Kimelgran (12 bolsa x Ha x año)	Bolsa	12.0	125.00	1,500.		43,50	43,50	43,50	43,50
Sulfato de potasio (16 bolsa x Ha)	Bolsa	16.0	110.00	1,760.		51,04	51,04	51,04	51,04

Compost (48 sacos x Ha X año)	Tm	4.00	270.00	1,080.		31,32	31,32	31,32	31,32
CUIDADO DE RACIMA				1,230.		35,67	35,67	35,67	35,67
Zunchos para Racimo (8 rollos x Ha x año)	Rollo	8.00	46.00	368.0		10,67	10,67	10,67	10,67
Fundas para protección de racimos (2.6 millares x	Millar	2.60	90.00	234.0		6,786.	6,786.	6,786.	6,786.
Cintas de identificación (2.6 millares x Ha x año)	Millar	2.60	20.00	52.00		1,508.	1,508.	1,508.	1,508.
	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00
Programa de Control de Plagas(Profil, Algae Groe,	Global	6.00	96.00	576.0		16,70	16,70	16,70	16,70
OTROS	0.00	0.00	0.00	300.0	8,700.0	8,700.	8,700.	8,700.	8,700.
Agua	Global	1.00	300.00	300.0	8,700.0	8,700.	8,700.	8,700.	8,700.
COSTOS INDIRECTOS				30,22	222.00	30,22	30,22	30,22	30,22
Servicios de asistente tecnico de campo	Meses	12.0	2,500.00	30,00		30,00	30,00	30,00	30,00
Limpieza de canal principal	Jornal	6.00	25.00	150.0	150.00	150.0	150.0	150.0	150.0
Flete fertilizantes Almacen-Plantaciones	Sacos	72.0	0.50	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
Movilidad	Pasaj	6.00	6.00	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
Sub total de Operaciones				11,53	166,97	364,5	364,5	364,5	364,5
SUB TOTAL DE OPERACIONES					166,97	364,5	364,5	364,5	364,5
Totales					1,020,4	376,5	376,5	376,5	376,5

Gastos de comercialización

Para el presente PNT no se tienen gastos de comercialización.

Gastos de Gestión y/o Administración

Concepto	Valor Mensual	Total anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIOS							
Gerente técnico (SIC)	3,000.00	36,000.0		36,000.	36,000.	36,000.	36,000.
Contador – externo	2,000.00	8,000.00	8,000.0	8,000.0	8,000.0	8,000.0	8,000.0
Asistente administrativa y contable	850.00	10,200.0	10,200.	10,200.	10,200.	10,200.	10,200.
GASTOS DIRIGENCIALES	300.00	3,600.00	3,600.0	3,600.0	3,600.0	3,600.0	3,600.0
GUARDIAN DE OFICINA Y	850.00	10,200.0	10,200.	10,200.	10,200.	10,200.	10,200.
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS							
Alquiler del local institucional	200.00	2,400.00	2,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0
Servicios	200.00	2,400.00	2,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0
var			0	0	0	0	0
UTILES DE OFICINA							
Materiales de Oficina y aseo	60.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
CERTIFICACIONES							
Certificacion de produccion		8,392.16		8,392.1	8,392.1	8,392.1	8,392.1
Certificacion Global Gap		8,337.00		8,337.0	8,337.0	8,337.0	8,337.0
GASTOS IMPREVISTOS							
IMPREVISTOS		5,000.00	5,000.0	5,000.0	5,000.0	5,000.0	5,000.0
Costo Total en S/.			42,520.	42,520.	42,520.	42,520.	42,520.

Gastos de Financiamiento

Concepto	Monto (S/.)	Plazo (mes)	Interés	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AGROBANCO	256,037.6	60	18%	81,875.1	81,875.1	81,875.1	81,875.	81,875.
Totales				81,875.1	81,875.1	81,875.1	81,875.	81,875.

Gastos de manejo ambiental

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Control fitosanitario de plagas.	16,704.0	16,704.0	16,704.0	16,704.0	16,704.0
Recojo de residuos sólidos de los centros de	-	1,560.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00
Certificación orgánica	8,392.96	8,392.96	8,392.96	8,392.96	8,392.96
Totales	25,096.9	26,656.9	26,656.9	26,656.9	26,656.9

Presupuesto consolidado del PN

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión (Tabla 29)	853,470.	0.00			
Mantenimiento (Tabla 29)			12,000.0	12,000.0	12,000.0
Operación (Tabla 29)		166,972.	364,592.	364,592.	364,592.
Comercialización (Tabla 30)					
Gestión o administración (Tabla 31)		42,520.0	42,520.0	42,520.0	42,520.0
Financiamiento		81,876.2	81,876.2	81,876.2	81,876.2
Manejo ambiental		25096.1	26656.1	26656.1	26656.1
Otros (especificar)					
Totales	853,470.	316,464.	527,644.	527,644.	527,644.

Estructura Financiera del PN

Usos y Fuentes del Financiamiento.

Inversión total			
Uso	Monto (S/.)	Fuente	Monto (S/.)
Inversión PN	853,458.75	PCC	597,421.13
		OPA	256,037.63
Totales	853,458.75		853,458.75
Mantenimiento anual			
Uso	Monto (S/.)	Fuente	Monto (S/.)
Mantenimiento de equipos	48,000.00	OPA	48,000.00
Totales	48,000.00		48,000.00
Operación anual			
Uso	Monto (S/.)	Fuente	Monto (S/.)
Costos de operación	1,625,340.00	OPA	1,625,340.00
Totales	1,625,340.00		1,625,340.00
Totales	2,526,798.75		

Análisis Económico y Financiero del PN

Estado de Resultados Proyectado.

Rubro	Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ventas		363,834	712,591	0	884,860	1,011,268
(-) Costo de ventas		166,972	376,592	376,592	376,592	376,592
(=) Utilidad bruta	-	196,862	335,999	-376,592	508,268	634,676
(-) Gasto administrativo		42,520	42,520	42,520	42,520	42,520
(-) Depreciación		25,508	25,508	25,508	25,508	25,508
(-) Otros gastos						
(=) Utilidad operativa	-	128,834	267,971	-444,620	440,239	566,648
(-) Gasto financiero		81,875	81,875	-526,495	81,875	81,875
(+) Ingresos extraordinarios						
(-) Egresos extraordinarios						
(=) Utilidad neta antes de	-	46,958	186,096	-526,495	358,364	484,773
(-) Impuestos		7,044	27,914	0	53,755	72,716
(=) Utilidad neta	-	39,915	158,181	-526,495	304,609	412,057

1/El año base se refiere a la situación actual (inicial) de la Organización. En caso de una Organización de reciente constitución y sin registros, deberá estimarse los indicadores a partir de la información verbal que proporcionen los socios sobre sus procesos productivos a nivel individual, trabajando con los promedios obtenidos a partir de una muestra.

A partir del Estado de Resultados Proyectado, obtener algunos indicadores rentabilidad, según la siguiente tabla:

Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad operativa	0.37	0.38	-0.2	0.50	0.57
Rentabilidad Neta	0.12	0.23	-0.276	0.35	0.41
EBITDA	154,342.00	293,479.39	-1,7890	465,747.66	592,156.18

Flujo de Caja Proyectado.

Medida	1/	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Kg/Ha	3,200.00	3,232.00	3,264.32	0	3,264.32	3,264.32
Kg.	92,800.00	93,728.00	94,665.28	0	94,665.28	94,665.28
S/.	1.00	1.00	1.00	0	1.00	1.00
S/.	2,401	2,401	2,401	0	2,401	2,401
S/.	78,732	78,732	78,732	0	78,732	78,732

1/El año base tiene referencia a la situación actual (inicial) de la Organización. En caso de Organización de reciente constitución y sin

registros, estos deben estimarse en base a los indicadores a partir de la información que los socios proporcionen sobre sus procesos productivos de forma individual, trabajando con los promedios obtenidos a partir de una muestra

Se presenta el flujo de caja promediado para un horizonte de cinco (5) años.

Flujo de Caja sin PNT (S/.)

Rubro	Año 0	Proyectado				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos por ventas		77,952.00	77,952.00	0	77,952.00	77,952.00
(-) Costos y gastos operativos		69,645.82	69,645.82	69,645.82	69,645.82	69,645.82
(-) Impuestos						
(=) Flujo de caja operativo (A)		8,306.18	8,306.18	-69,645.82	8,306.18	8,306.18
(-) Inversión						
(=) Flujo de inversión (B)		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Desembolso de préstamo(s)						
(-) Gasto financiero						
(-) Amortizaciones						
(=) Flujo de financiamiento (C)		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Flujo de Caja Económico		8,306.18	8,306.18	-69,645.82	8,306.18	8,306.18
Flujo de Caja Financiero		8,306.18	8,306.18	8,306.18	8,306.18	8,306.18

1/ El año 0 este se refiere al período de inversión, en el que se podrá ejecutar el monto principal proporcionado a la adopción de tecnología. En dicho período no puede considerarse el flujo de caja operativo, pues este representara el momento inicial del PNT. No relacionar este período con el año calendario.

2/ Proyección de los valores para los próximos cinco años sobre el fundamento de los supuestos señalados en la tabla anterior. Cuando la naturaleza del negocio llegue a justificar se podrá trabajar con proyecciones de hasta 10 años.

3/ Costos y gastos operativos sin considerar la depreciación.

Flujo de Caja Proyectado.

Supuestos para la Proyección del Flujo de Caja

Tipo	Indicador / Variable	Unidad de medida	Año Base 1/	Proyección de indicadores con PNT				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Productividad	Rendimiento	Kg. /Ha		22,758.44	29,811.28	0	36,204.54	41,376.61
Área	Número de Ha	Ha		29	29	0	29	29
Producción	Producción total	Kg.		659,994.88	864,527.00	0	1,049,931.59	1,199,921.82
Calidad	Exportable	%		82%	83%	0	84%	88%
Costos	Costos de producción	S./Ha		2,401	2,401	2,401	2,401	2,401
Ventas	Volumen de calidad exportable	Caja (18,14 Kg)			47,658.60	0	57,879.36	66,147.84
	Volumen de racimos	Kg		659,994.88				
	Precio calidad nacional	S/.		10.00	10.00	0	10.00	10.00
Precios	Precio calidad organica	S/.		14.84	14.84	0	14.84	14.84
	Precio calidad org + GG	S/.		15.40	15.40	0	15.40	15.40

1/ El año base se refiere a la situación actual (inicial) de la Organización. En caso de Organización de reciente constitución y sin registros, deberá estimarse los indicadores a partir de la información verbal que proporcionen los socios sobre sus procesos productivos a nivel individual, trabajando con los promedios obtenidos a partir de una muestra.

Sobre la base de los supuestos señalados en la tabla anterior, proyectar el flujo de caja del negocio:

Flujo de Caja Proyectado. (S/.)

Rubro	Año 0	Proyectado				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos por ventas		363,834.00	712,591.39	0	884,859.66	1,011,268.18
(-) Costos y gastos operativos		209,492.00				419,112.00
(-) Impuestos		7,043.75	27,914.36	0	53,754.60	72,715.88
(=) Flujo de caja operativo (A)		147,298.25	265,565.02	-419,112.00	411,993.05	519,440.30
(-) Inversión	867,088.75	0.00				
(=) Flujo de inversión (B)	-867,088.75	0.00				
(+) Desembolso de préstamo(s)	256,037.63					
(-) Gasto financiero		46,086.77	39,644.86	32,043.41	23,073.69	12,489.43
(-) Amortizaciones		35,788.39	42,230.30	49,831.75	58,801.46	69,385.73
(=) Flujo de financiamiento (C)	256,037.63	-81,875.16	-81,875.16	-500,986.75	-81,875.16	-81,875.16
Flujo de Caja Económico (A)+(B)	-867,088.75	147,298.25	265,565.02	-500,986.75	411,993.05	519,440.30
Flujo de Caja Financiero (A)+(B)+(C)	-611,051.13	65,423.09	183,689.87	-727,456.89	330,117.89	437,565.14

1/ El año 0 este tiene referencia al período de inversión, en el que se llega a ejecutar el monto principal destinado

a la adopción de tecnología. Por lo que durante el período no se puede considerar el flujo de caja operativo, puesto que representa el momento inicial del PNT. No relacionar este período con el año calendario.

2/ Proyección de los valores para los próximos cinco años sobre la base de los supuestos señalados en la tabla anterior.

Cuando la naturaleza del negocio lo justifique se podrá trabajar con proyecciones de hasta 10 años.

3/ Costos y gastos operativos sin considerar la depreciación.

Flujo de Caja Económico Incremental

Flujos de Caja Incrementales Proyectados (S/.)

Rubro	Años					
	0	1	2	3	4	5
FFCC económico con PNT (A)	-867,088.75	147,298.25	265,565.02	-526,495	411,993.05	519,440.30
FFCC económico sin PNT (B)		8,306.18	8,306.18	-727,456.89	8,306.18	8,306.18
Flujo de caja económico incremental	-867,088.75	138,992.07	257,258.84	-1,253,951.89	403,686.87	511,134.12
FFCC EI = (A) – (B)						

Estimación de la Generación de Valor y Rentabilidad del PNT

Indicadores Económicos y Financieros del Flujo de Caja Incremental

Indicadores	Resultados
VAN económico (VANE) S/.	S/. 121,433.78
TIR económica (TIRE) %	11.5%

Análisis de Sensibilidad del Flujo de Caja Incremental.

Variable afectada	Variación	Valor Promedio	Resultados	
			VANE	TIRE
Precio de Venta	5%	S/. 14.63	S/. 85,455.35	16%
	10%	S/. 13.86	S/. -40,821.08	11%
	15%	S/. 13.09	S/. -167,097.51	6%
Costo de produccion	5%	-	S/. 147,301.31	18%
	10%	-	S/. 28,543.83	16%
	15%	-	S/. 18,440.37	14%

Resultados esperados de la adopción de tecnología

Principales Indicadores de la Organización.

Tipo	Indicador	Valor en el Año Base (sin PNT- tabla 4)	Valor al año 5 (con PNT)
De producción	Volumen de producción calidad exportable	0	1,199,921.82
	Volumen de producción calidad nacional	0	659,994.88
	Número de Ha reconvertidas con banano	0	29.00
De productividad	Productividad de banano	0	41,376.61
De Calidad	Porcentaje de calidad exportable	0	88%
	Número de Ha certificadas orgánicas	0	29.00
	Número de Ha certificadas GLOBALGAP	0	29.00
De costos	Costo de Mantenimiento de 1 Ha	---	S/. 11,530.00
De Ingresos	Ingreso anual por ventas	---	1,011,268
	Precio de venta de calidad exportable (Caja de 18.14 Kg)	---	S/. 15.40
De generación	Rentabilidad operativa	12%	21 %
	EBITDA	S/. 26,025.00	592,156.18
Financiamiento	Línea de crédito a solicitar	0	S/. 326,695.27
	Tasa de interés anual del crédito	0	18%
Empleo	Número de jornales por Ha	0	291

Conclusiones del plan de negocio

La Viabilidad Económica está garantizada, pues nuestros indicadores económicos, justifican la recuperación de inversión en la Reconversión de cultivos tradicionales como el Maíz por el cultivo de Banano Orgánico, siendo estos TIR de 21% y VAN S/. 211,731.78

Generar 250 puestos de trabajo, entre mano de obra calificada y no calificada, ingresos por ventas de S/. 1,011,268 al finalizar el quinto año, todo esto al finalizar el quinto año, repercutiendo esto en mejorar la calidad de vida de los miembros de la asociación.

Producir volúmenes crecientes, siendo al quinto año de 66,147.84 cajas, como resultado de las cosechas de las 29.00 Ha, certificadas como Banano Orgánico, se espera tener un mejor precio para cuando la exportación se dé bajo esta norma al mercado **Holandés**, garantizando al importador la inocuidad de nuestros procesos tanto en campo y planta.

El manejo adecuado de los recursos, estará vigilado por un profesional especialista, que garantizará procesos amigables con el medio ambiente, logrando certificar en Globalgap.

Plan de acción:

Estrategia	Tácticas	Acciones	Resultados	Métrica
Desarrollar estrategias para facilitar el ingreso y aceptación del producto.	Diseñar estrategias que permitan captar la atención de los asociados y del mercado objetivo.	Liderazgo en costos Diferenciación Enfoque	Rápida introducción del producto al mercado internacional.	Cantidad de involucrados
Establecer un sistema de procesos a través de la cadena de valor.	Diseñar una cadena de procesos fundamentales para mantener un orden y jerarquía en las actividades.	Proponer un flujo de procesos de producción.	Desarrollo de procesos más eficientes.	Eficiencia productiva
Diseñar un mapa estratégico para otorgar una perspectiva de crecimiento sostenible del plan de negocio.	Ejemplificar las fases del plan de negocio desde la idea conceptual hasta los resultados proyectados.	Perspectiva de organización Perspectiva interna Perspectiva del cliente Perspectiva financiera	Proyecciones y perspectivas de crecimiento favorables.	Contingencia productiva
Determinar la viabilidad del plan de negocio mediante resultados de VAN y TIR.	Desarrollar el plan financiero el cual demuestre la viabilidad del negocio a través de indicadores de VAN y TIR.	Cuantificar la demanda. Realizar el estudio técnico. Elaborar una proyección de ingresos. Determinar el costo-beneficio. Identificar el punto de equilibrio. Demostrar la viabilidad del negocio a través de los indicadores VAN y TIR.	Viabilidad y puesta en marcha del plan de negocio.	Nivel de formalización y rentabilidad

5. Cronograma y presupuesto de la propuesta

Descripción	Acciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Responsable	Costo
Desarrollar estrategias para facilitar el ingreso y aceptación del producto.	Diseño de estrategias	■		■	■	■			■	■	■			Asociación	s/.3500
														Asociación	
Establecer un sistema de procesos a través de la cadena de valor	Diseñar una cadena de procesos	■	■	■	■			■			■		■	Asociación	s/.2500
														Asociación	
Diseñar un mapa estratégico	Ejemplificar las fases del plan de negocio	■	■	■			■	■			■	■		Asociación	s/.1500
														Asociación	
Determinar la viabilidad del plan de negocio mediante resultados de VAN y TIR	Desarrollar el plan financiero	■	■		■	■	■		■	■	■		■	Asociación	s/.5000
														TOTAL	s/.12500

CAPÍTULO VI:
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Se observa que el nivel de rentabilidad de las empresas que conforman la asociación Agroimpe es alto, debido a que existe un adecuado volumen de producción de aproximadamente 6.6 toneladas por hectárea, lo que refleja que existe un buen nivel de ventas por la constante producción de las empresas asociadas en la zona.

Se determinó que los factores que influyen en la elaboración de un plan de negocio para la producción de banano orgánico están dados por el nivel de interés, compromiso y responsabilidad de los asociados ya que es necesario la asistencia a las reuniones para discutir los planes de acción a desarrollar para poner en marcha el negocio con la finalidad de obtener la rentabilidad esperada.

Se muestra alto interés por la formalización del plan de negocio de exportación de banano orgánico debido a que 86% de asociados encuestados ya que estos buscan mejorar su rentabilidad a través de la producción y exportación a nuevos mercados los cuales importan gran cantidad de este producto anualmente.

6.2. Recomendaciones

Se recomienda a los asociados de Agroimpe, Olmos aprovechar sus fortalezas y las oportunidades que ofrecen los mercados extranjeros ya que al contar con una adecuada capacidad de producción y trabajando de manera conjunta se tienen mayores posibilidades de mejorar la rentabilidad de cada uno de los asociados producto de la exportación de banano orgánico el cual se propone comercializar.

Si se pretende ingresar a un mercado nuevo y con alta demanda de banano orgánico, se recomienda participar de forma activa, conjunta, mostrando un grado de compromiso y responsabilidad alto en todas las actividades de la asociación y la puesta en marcha del negocio, con la finalidad de coordinar y planificar anticipadamente los procesos productivos de cada asociado para cumplir con las exigencias del nuevo segmento.

Se recomienda la puesta en marcha de plan de negocio aquí planteado ya que este es de interés de la gran mayoría de asociados por factores como la determinación de una demanda poco satisfecha, la factibilidad del plan y los resultados esperados los cuales permitirán el incremento de la rentabilidad de cada uno de los asociados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Blanco, M., Cantona, S. y Aibar, B. (1999), El enfoque conductual contable y su reflejo en un cuadro de mando integral. Vol. XXVIII Núm. 98 Enero – Marzo, pp. 77-104.
- Boza, W. E. (2011). *LOS DETERMINANTES DE LA PRODUCCION EXPORTABLE DEL BANANO ORGANICO EN EL VALLE DEL CHIRA*. Piura: EDITORIAL UNIVERSITARIA.
- Carazo, P. C. (2009). *PYME. Estrategia para su internacionalización*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Carbaugh, R. (2009). *Economía Internacional*. Mexico D.F.: Cengage Learning Editores.
- Carmen A. Miró, B. G. (2009). *América Latina, Población y Desarrollo*. Buenos Aires: CLACSO.
- Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. (DD de Diciembre de 2012). DOCUMENTO DE DISCUSIÓN. *La agricultura orgánica: los beneficios de un sistema de producción sostenible*. Lima, Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Congreso de la República del Perú. (05 de Junio de 2013). *Archivo Digital de la Legislación del Perú*. Recuperado el 0213 de Junio de 2013, de Archivo Digital de la Legislación del Perú: http://www.congreso.gob.pe/ntley/LeyNume_1p.asp
- Coremberg, A. (2010). *Midiendo las Fuentes del Crecimiento en una Economía Inestable: Argentina. Productividad y Factores Productivos por Sector de Actividad Económica y Por Tipo de Activo*. Santiago de Chile: United Nations Publications.
- Cussianovich, P. (16 de Noviembre de 2010). La agricultura orgánica en el contexto mundial y de América Latina. Asunción, Asunción, Paraguay. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería.

- Duarte, O. (5 de Marzo de 2012). La ventaja de la banana orgánica peruana. (portalfruticola, Entrevistador)
- Duarte, O. (5 de Marzo de 2012). La ventaja de la banana orgánica peruana. (portalfruticola, Entrevistador)
- Food and Agriculture Organization. (01 de Junio de 2013). *Food and Agriculture Organization Web site*. Recuperado el 01 de Junio de 2013, de Food and Agriculture Organization : http://www.fao.org/index_es.htm
- García, R. F. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante.: Editorial Club Universitario.
- Hawkes, C. (2009). *Hacia una comprensión de los vínculos entre la agricultura y la salud*. Madrid: Intl Food Policy Res Inst.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2007). *LA AGRICULTURA FRENTE A LOS NUEVOS RETOS DEL DESARROLLO*. San José: Rafael Trejos, Hugo Chavarría.
- Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture. (2009). *Estado de la agricultura orgánica en Nicaragua: propuesta del movimiento orgánico para su fomento y desarrollo*. Managua: IICA,.
- Jorge Rodríguez Vignoli, G. B. (2009). *Migración interna y desarrollo en América Latina entre 1980 y 2005: un estudio comparativo con perspectiva regional basada en siete países*. Santiago de Chile: United Nations Publications.
- José Graziano Da Silva, S. G. (2009). *Boom agrícola y persistencia de la pobreza rural en América Latina. Algunas reflexiones*. Santiago de Chile: Facultad de Economía, Universidad Estadual de Campinas.
- Lima, R. M. (2 de Febrero de 2011). *Ecoticias*. Recuperado el 03 de Junio de 2013, de Ecoticias: <http://www.ecoticias.com/alimentos/42497/>

- Martínez, A. M., Martínez, A. M., Alba, P. L., Garnica, A. G., & Rodríguez, S. E. (2009). *Innovación y Competitividad en la Sociedad Del Conocimiento*. Madrid: Plaza y Valdes.
- Michela Mayer, S. B. (2009). *Educación para el desarrollo sostenible: Tendencias, divergencias y criterios de calidad*. Barcelona.: Grao.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2012). *PROGAMA NACIONAL DE AGRICULTURA ECOLOGICA*. Bogotá: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
- Perazzoli, A. G. (2009). *AGRICULTURA ORGÁNICA: UNA ALTERNATIVA POSIBLE*. Montevideo: Ceuta.
- Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo (edición actualizada): Edición actualizada y aumentada*. Barcelona: Deusto.
- Roberto Cuevas, O. M. (2009). *Calidad y competitividad de la agroindustria rural de América Latina y el Caribe*. Mexico: Food & Agriculture Org.
- Serrano, J. F. (2009). *AGRICULTURA ECOLÓGICA MANUAL Y GUÍA DIDÁCTICA*. León: IRMA, S.L. Instituto de Restauración y Medio Ambiente.
- Toro, R. A. (22 de Abril de 2012). *Rubiel Antonio Montoya Toro*. Recuperado el 2 de Junio de 2013, de Rubiel Antonio Montoya Toro: <http://rubielmontoya.wordpress.com/2012/04/22/situacion-actual-y-perspectivas-de-la-agricultura-organica-en-y-para-latinoamerica/>
- Valderrama, C. (2011). 2011: Exportación de productos orgánicos creció 48% en primer trimestre . *Emarket: Revista de Inteligencia de Mercados* , 09-10.
- UNESCO (2012). *Education for Sustainable Development Sourcebook* Publicado en 2012 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Viniegra, Sergio (2009). *Entendiendo El Plan de Negocios*. Editor Lulu.com, 2007 N.º de páginas 80 páginas
- Saint Marc Philippe (1971) "Socialization de la Nature" editorial stock 13-15

ANEXOS

Anexo N° 01: Encuesta



Plan de Negocio como Estrategia para Mejorar la Rentabilidad de Banano Orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agroimpe – Olmos, Valle Viejo Olmos – Lambayeque.

Instrucciones: Marque con una X la alternativa que usted crea conveniente en la siguiente lista de preguntas:

ÍTEM ENCUESTA

- 1. ¿Está dispuesto usted a asistir a las reuniones programadas en la asociación respecto a la exportación de Banano Orgánico?**
 - a) Si, a todas.
 - b) Solo algunas
 - c) Tal vez asista.
 - d) A ninguna.

- 2. ¿Por cada reunión a la que usted asiste, se logra llegar a un acuerdo entre todos los asociados?**
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces

- 3. ¿Por cada reunión que se programa, la asistencia de los asociados es total?**
- a) Si
 - b) No
 - c) A veces
 - d) Nunca
- 4. ¿Usted considera que la asistencia a las reuniones programadas demuestra el interés y responsabilidad del asociado?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
- 5. ¿Existe un interés de los asociados por la formalización de un plan de negocio de banano orgánico en la asociación?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Indiferente.
- 6. ¿Mediante la comunicación e información aplicada en las reuniones, a cuantos acuerdo aproximadamente se llega entre los asociados?**
- a) Hasta 5
 - b) Hasta 3
 - c) Solo 1
 - d) Ninguno
- 7. ¿Existe la participación constante de los asociados y se informa oportunamente sobre la rentabilidad del negocio?**
- a) Si, constantemente.

- b) No, muy poco.
- c) A veces.

8. ¿Cuál el volumen de producción aproximado de banano organico de su empresa?

- a) 10 toneladas por has.
- b) 8 toneladas por has.
- c) 5 toneladas por has.
- d) 3 toneladas por has.

9. ¿Cuáles son los periodos productivos más altos para su empresa?

- a) De Enero a Marzo
- b) De Marzo a Julio
- c) De Agosto a Octubre
- d) De Octubre a Diciembre.

10. ¿Cuántas certificaciones de calidad y salubridad posee usted respecto a la producción de banano organico para su exportación?

- a) 5
- b) 3
- c) 1
- d) Ninguna

11. ¿Su empresa posee sistemas de contingencia productiva para hacer frente a imprevistos de pedidos?

- a) Si
- b) No

12. ¿Cuenta usted con seguridad de stock en su empresa para cubrir con las necesidades de los importadores de banano orgánico en Europa?

- a) Si
- b) No
- c) Pocas veces.

13. ¿Considera usted que mantiene un precio de chacra al nivel de todos los asociados de Agroimpe - Olmos?

- a) Probablemente si
- b) Probablemente no

14. ¿Su empresa hace uso de contratos de compra venta para establecer precios en acuerdo con el importador?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca.

Anexo 02: Validación de juicios de expertos



Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		JULIO ROBERTO IZQUIERDO ESPINOZA
	PROFESIÓN	LIC. EN ADMINISTRACIÓN
	ESPECIALIDAD	TALENTO HUMANO, MARKETING, FINANZAS
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	15 AÑOS
	CARGO	DOCENTE TIEMPO PARCIAL
<u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u>		
PLAN DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE BANANO ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE		
DATOS DEL TESISISTA:		
NOMBRES	Carrasco Rioja Cilcia Karen	

ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p><u>GENERAL:</u></p> <p>Determinar la factibilidad de producir banano orgánico a través de la elaboración de un Plan de Negocios para lograr rentabilidad durante la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque.</p>
	<p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Determinar el nivel rentabilidad de producción del banano orgánico en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p> <p>Determinar los factores influyentes en la elaboración de un plan de negocios para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p> <p>Elaborar el plan de negocio para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p>

<p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>	
<p>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 14 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>¿Está dispuesto usted a asistir a las reuniones programadas en la asociación respecto a la exportación de Banano Orgánico?</p> <p>a. Si, a todas. b. Solo algunas c. Tal vez asista. d. A ninguna.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Por cada reunión a la que usted asiste, se logra llegar a un acuerdo</p>	<p>TA(X) TD()</p>

<p>entre todos los asociados?</p> <p>d) Si</p> <p>e) No</p> <p>f) A veces</p>	<p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Por cada reunión que se programa, la asistencia de los asociados es total?</p> <p>e) Si</p> <p>f) No</p> <p>g) A veces</p> <p>h) Nunca</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Usted considera que la asistencia a las reuniones programadas demuestra el interés y responsabilidad del asociado?</p> <p>d) Si</p> <p>e) No</p> <p>f) Tal vez</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Existe un interés de los asociados por la formalización de un plan de negocio de banano orgánico en la</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>

<p>asociación?</p> <p>d) Si</p> <p>e) No</p> <p>f) Indiferente.</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Mediante la comunicación e información aplicada en las reuniones, a cuantos acuerdo aproximadamente se llega entre los asociados?</p> <p>e) Hasta 5</p> <p>f) Hasta 3</p> <p>g) Solo 1</p> <p>h) Ninguno</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Existe la participación constante de los asociados y se informa oportunamente sobre la rentabilidad del negocio?</p> <p>d) Si, constantemente.</p> <p>e) No, muy poco.</p> <p>f) A veces.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Cuál el volumen de producción aproximado de banano organico de</p>	<p>TA(X) TD()</p>

<p>su empresa?</p> <p>e) 10 toneladas por has.</p> <p>f) 8 toneladas por has.</p> <p>g) 5 toneladas por has.</p> <p>h) 3 toneladas por has.</p>	<p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Cuáles son los periodos productivos más altos para su empresa?</p> <p>e) De Enero a Marzo</p> <p>f) De Marzo a Julio</p> <p>g) De Agosto a Octubre</p> <p>h) De Octubre a Diciembre.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Cuántas certificaciones de calidad y salubridad posee usted respecto a la producción de banano organico para su exportación?</p> <p>e) 5</p> <p>f) 3</p> <p>g) 1</p> <p>h) Ninguna</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Su empresa posee sistemas de contingencia productiva para hacer frente a imprevistos de pedidos?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

<p>c) Si</p> <p>d) No</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Cuenta usted con seguridad de stock en su empresa para cubrir con las necesidades de los importadores de banano orgánico en Europa?</p> <p>d) Si</p> <p>e) No</p> <p>f) Pocas veces.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Considera usted que mantiene un precio de chacra al nivel de todos los asociados de Agroimpe - Olmos?</p> <p>c) Probablemente si</p> <p>d) Probablemente no</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Su empresa hace uso de contratos de compra venta para establecer precios en acuerdo con el importador?</p> <p>e) Siempre</p> <p>f) Casi siempre</p> <p>g) A veces</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/>

h) Nunca.	
-----------	--

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA 14 N° TD _____
------------------------------	----------------------

2. COMENTARIO GENERALES El instrumento es fiable

3. OBSERVACIONES Sin observaciones



JUEZ – EXPERTO

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		RAFAEL ANTONIO IZQUIERDO ESPINOZA
	PROFESIÓN	LIC. EN ADMINISTRACIÓN
	ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	7 AÑOS
	CARGO	SUBGERENTE
<u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u>		
PLAN DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE BANANO ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE		
DATOS DEL TESISISTA:		
NOMBRES	Carrasco Rioja Cilcia Karen	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
	<u>GENERAL:</u> Determinar la factibilidad de producir banano orgánico a través de la elaboración de un Plan de Negocios para lograr rentabilidad durante la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación	

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque.	
	<p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Determinar el nivel rentabilidad de producción del banano orgánico en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p> <p>Determinar los factores influyentes en la elaboración de un plan de negocios para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p> <p>Elaborar el plan de negocio para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p>	
<p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	<p>El instrumento consta de 14 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>	
<p>¿Está dispuesto usted a asistir a las reuniones programadas en la asociación respecto a la exportación de Banano Orgánico?</p> <p>e. Si, a todas.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	

<p>f. Solo algunas g. Tal vez asista. h. A ninguna.</p>	
<p>¿Por cada reunión a la que usted asiste, se logra llegar a un acuerdo entre todos los asociados?</p> <p>g) Si h) No i) A veces</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Por cada reunión que se programa, la asistencia de los asociados es total?</p> <p>i) Si j) No k) A veces l) Nunca</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Usted considera que la asistencia a las reuniones programadas demuestra el interés y responsabilidad del asociado?</p> <p>g) Si h) No i) Tal vez</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Existe un interés de los asociados por la formalización de un plan de</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p>

<p>negocio de banano orgánico en la asociación?</p> <p>g) Si</p> <p>h) No</p> <p>i) Indiferente.</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Mediante la comunicación e información aplicada en las reuniones, a cuantos acuerdo aproximadamente se llega entre los asociados?</p> <p>i) Hasta 5</p> <p>j) Hasta 3</p> <p>k) Solo 1</p> <p>l) Ninguno</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Existe la participación constante de los asociados y se informa oportunamente sobre la rentabilidad del negocio?</p> <p>g) Si, constantemente.</p> <p>h) No, muy poco.</p> <p>i) A veces.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>¿Cuál el volumen de producción aproximado de banano organico de su empresa?</p> <p>i) 10 toneladas por has.</p> <p>j) 8 toneladas por has.</p> <p>k) 5 toneladas por has.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

<p>l) 3 toneladas por has.</p>	
<p>¿Cuáles son los periodos productivos más altos para su empresa?</p> <p>i) De Enero a Marzo</p> <p>j) De Marzo a Julio</p> <p>k) De Agosto a Octubre</p> <p>l) De Octubre a Diciembre.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Cuántas certificaciones de calidad y salubridad posee usted respecto a la producción de banano organico para su exportación?</p> <p>i) 5</p> <p>j) 3</p> <p>k) 1</p> <p>l) Ninguna</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Su empresa posee sistemas de contingencia productiva para hacer frente a imprevistos de pedidos?</p> <p>e) Si</p> <p>f) No</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Cuenta usted con seguridad de stock en su empresa para cubrir con las necesidades de los importadores de banano orgánico en Europa?</p> <p>g) Si</p> <p>h) No</p> <p>i) Pocas veces.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>¿Considera usted que mantiene un precio de chacra al nivel de todos los asociados de Agroimpe - Olmos?</p> <p>e) Probablemente si</p> <p>f) Probablemente no</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---	---

<p>¿Su empresa hace uso de contratos de compra venta para establecer precios en acuerdo con el importador?</p> <p>i) Siempre</p> <p>j) Casi siempre</p> <p>k) A veces</p> <p>l) Nunca.</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	--

<p>4. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA 14 N° TD _____</p>
-------------------------------------	-----------------------------

<p>5. COMENTARIO GENERALES El instrumento es fiable</p>
--

<p>6. OBSERVACIONES Sin observaciones</p>
--

COMCREAT SRL


RAFAEL IZQUIERDO E.
 Firmante del informe experto

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autor

Autores

Carrasco Rioja Cilcia Karen

Apellidos y nombres

43627449

2112816191

Distancia

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Trabajo de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado

DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE BANANO
ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO
OLMOS – LAMBAYEQUE

La misma que presento para optar el grado de:

Licenciada en Administración

2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.



Cilcia Karen Carrasco Rioja

DNI N°: 43627449

FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)

Chiclayo, 13 de marzo del 2018

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

La suscrita:

CILCIA KAREN CARRASCO RIOJA, con DNI: 43627449.

En mí calidad de autor exclusivo del trabajo de grado titulado:

PLAN DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE BANANO ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE, presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el grado de Licenciada en Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la EAP de Administración por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
CILCIA KAREN CARRASCO RIOJA	43627449	

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS KAREN CARRASCO 1.docx (D33078342)
Submitted: 11/29/2017 8:28:00 PM
Submitted By: vpozo@difusion.com.mx
Significance: 11 %

Sources included in the report:

Eder casa proyecto final.docx (D25537540)
<http://www.monografias.com/trabajos106/emprendedores-y-plan-negocios-territoriales/emprendedores-y-plan-negocios-territoriales2.shtml>
<http://agroideas.gob.pe/web/wp-content/uploads/2012/08/anexos-SG-MAYO2012.doc>
<http://agroideas.gob.pe/web/wp-content/uploads/2012/08/anexos-ST-MAYO2012.doc>
<http://rubi尔蒙toya.wordpress.com/2012/04/22/situacion-actual-y-perspectivas-de-la-agricultura-organica-en-y-para-latinoamerica/>

Instances where selected sources appear:

33

Acta de originalidad de informe de investigación

Yo, Mg. Heredia Llatas Flor Delicia, coordinadora del área de investigación de la EAP de Administración, y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1161 FACEM-USS 2017 de la estudiante CARRASCO RIOJA KAREN CILCIA, titulada PLAN DE NEGOCIO COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE BANANO ÓRGANICO (CAVENDISH VALERY) EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE.

Puedo constar que la. Misma tiene un índice de similitud del 8% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa URKUND Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 10 de abril del
2018.



Mg. Heredia Llatas Flor Delicia
DNI N° 41365424

Anexo 03: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	POBLACIÓN / MUESTRA	METODOLOGIA
¿Cómo lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque?	General	La implementación de un plan de negocios permite lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos - Lambayeque.	Plan de negocios	Nivel de compromiso	Población Formada por 29 empresas de la Asociación	Tipos de investigación Descriptiva Propositiva Diseño No experimental Técnica Encuesta Instrumento cuestionario
	Específicos Determinar el nivel rentabilidad de producción del banano orgánico en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque. Determinar los factores influyentes en la elaboración de un plan de negocios para lograr la rentabilidad			Grado de ejecución		
				Información y comunicación		
			Rentabilidad	Nivel de producción	Muestra formada por 29 empresas de la Asociación	
	Condiciones de producción					

	<p>de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p> <p>Elaborar el plan de negocio para lograr la rentabilidad de la producción de banano orgánico (Cavendish Valery) en la Asociación Agropecuaria Agroimpe, Valle Viejo, Olmos – Lambayeque.</p>			<p>Mercado y precio</p>		
--	---	--	--	-------------------------	--	--

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **JOSÉ SANTOS CURO PANTA**, identificado con DNI 17581400, DECLARO:

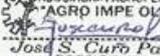
Haber sido informado de forma clara, precisa y suficiente sobre los fines y objetivos que busca la presente investigación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE BANANO ORGÁNICO EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE** así como en qué consiste mi participación.

Estos datos que yo otorgue serán tratados y custodiados con respeto a mi intimidad, manteniendo el anonimato de la información y la protección de datos desde los principios éticos de la investigación científica. Sobre estos datos me asisten los derechos de acceso, rectificación o cancelación que podré ejercitar mediante solicitud ante el investigador responsable. Al término de la investigación, seré informado de los resultados que se obtengan.

Por lo expuesto otorgo MI CONSENTIMIENTO para que se realice la Entrevista/Encuesta que permita contribuir con los objetivos de la investigación que es:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE BANANO ORGÁNICO EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE.

Olmos 22 de diciembre del 2014.

ASOCIACION AGROPECUARIA
"AGRO IMPE OLMOS"

José S. Cuuro Panta
PRESIDENTE

JOSÉ SANTOS CURO PANTA
D.N.I. 17581400

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **ING. CELSO GUILLERMO AVILÉS RAMIREZ**, identificado con DNI 16436450, responsable del Proyecto "Desarrollo sostenible de los usuarios del Valle viejo de Olmos" DECLARO:

Haber sido informado de forma clara, precisa y suficiente sobre los fines y objetivos que busca la presente investigación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE BANANO ORGÁNICO EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE** así como en qué consiste mi participación.

Estos datos que yo otorgue serán tratados y custodiados con respeto a mi intimidad, manteniendo el anonimato de la información y la protección de datos desde los principios éticos de la investigación científica. Sobre estos datos me asisten los derechos de acceso, rectificación o cancelación que podré ejercitar mediante solicitud ante el investigador responsable. Al término de la investigación, seré informado de los resultados que se obtengan.

Por lo expuesto otorgo MI CONSENTIMIENTO para que se realice la Entrevista/Encuesta que permita contribuir con los objetivos de la investigación que es:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE BANANO ORGÁNICO EN LA ASOCIACIÓN AGROIMPE – OLMOS, VALLE VIEJO OLMOS – LAMBAYEQUE.

Olmos 22 de diciembre del 2014.



ING. CELSO GUILLERMO AVILES RAMIREZ
RCIP: 13639
PROYECTO ESPECIAL OLMOS TINAJONES