

**UNIVERSIDAD ESAN**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO  
PERUANO DE UNA EMPRESA FAMILIAR A ESTADOS UNIDOS Y COREA.  
PROPUESTA DE EXPANSIÓN DE 80 HECTÁREAS DE TERRENO  
AGRÍCOLA EN PIURA**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el  
grado de Magíster en Administración**

**Presentada por:**

Lorena Barrenechea García	Mención en Dirección Avanzada de Proyectos
Giancarlo Castillo Ghiotto	Mención en Dirección General
Diego Mauricio Herrera Lazarte	Mención en Dirección General
Fernando Wong Chia	Mención en Dirección Avanzada de Proyectos

**Programa Magister a Tiempo Parcial 59-2**

**Lima, 15 de septiembre de 2017**

## RESUMEN EJECUTIVO

A nivel mundial la demanda de productos orgánicos se ha incrementado de manera significativa, sobre todo en los países desarrollados donde se le da importancia al cuidado de la salud y la protección del medio ambiente. Es por ello que los consumidores han incorporado en su dieta a los productos orgánicos certificados, pues se encuentran libres de pesticidas y fungicidas.

Dado este contexto el objetivo de la presente tesis es evaluar la viabilidad comercial, operativa y económica para el plan de negocio que corresponde a la siembra de 80 hectáreas de banano orgánico de exportación, en el departamento de Piura para la empresa CORAGRO SAC.

Las expectativas señalaban un negocio de alta rentabilidad, lo que se confirma con la evaluación económica financiera: (i) valor presente ajustado (APV) de US\$1.8 millones, (ii) una tasa interna de retorno financiera (TIRF) de 63.5%, y (iii) un margen positivo respecto al costo de capital (Koa) de 39.8%. Esto es resultado de las condiciones esperadas que incluyen un precio de US\$13.10 por caja de 18 kilogramos, un rendimiento de 41.6 toneladas por hectárea a partir del segundo año (3,330 toneladas año), un porcentaje de producción exportable del 95.2% (3,170 toneladas exportables). Todo esto requiere de una inversión de US\$1.66 millones, siendo US\$651 mil financiados por acreedores financieros.

El banano orgánico producido en la ampliación de 80 hectáreas de la empresa CORAGRO S.A.C. tendrá como destino los mercados de Estados Unidos y Corea, por dos razones (i) el crecimiento constante de la demanda de este producto, explicado por el mayor interés en consumir productos orgánicos y (ii) la relación que mantiene la empresa con empresas comercializadoras transnacionales que tienen como principal cliente al mercado de Estados Unidos y una participación significativa en el mercado Asiático. Es así que el interés de estas empresas (Dole y Chiquita) para mantener una relación con los productores de banano orgánico peruano, pues estos cuentan con una ventaja comparativa frente a sus principales competidores como Republica Dominicana y Ecuador por ser un país climatológicamente adecuado debido al suelo y clima con el que cuenta para la producción durante todo el año, mientras otros países

solo producen en ciertos meses del año por problemas climatológicos como huracanes, tifones o inundaciones.

Por último, se recomienda invertir en esta idea de negocio debido al estudio realizado, donde se demuestra el crecimiento del consumo de banano orgánico en los mercados de Estados Unidos y Corea y el interés de las trasnacionales por adquirir la producción de estas 80 hectáreas de banano orgánico.