



Maestría en Administración de Agronegocios

Tiempo Parcial Lima 2015-1

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRAMBUESA FRESCA
VARIEDAD ‘HERITAGE’ CULTIVADO EN LA LOCALIDAD DE TARMA
(JUNÍN) AL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS: PLAN DE NEGOCIOS
PARA UNA EMPRESA NUEVA”**

**Tesis presentada como parte de los requerimientos para optar el grado de
Magíster en Administración de Agronegocios**

por:

Johan Jesús Moreno Huaylinos

Judith Milagros León Tipe

Alexander Gordon Villena

Milagros Ynes Quispe Quispe

Lima, 13 de febrero del 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente estudio denominado “Producción y comercialización de frambuesa fresca variedad ‘Heritage’ cultivado en la localidad de Tarma (Junín) al mercado de los Estados Unidos: Plan de Negocios para una empresa nueva” es determinar la viabilidad económica y financiera de la producción y comercialización de frambuesa fresca desde la localidad de Tarma al mercado de los Estados Unidos.

La motivación de este estudio, surge a solicitud de los accionistas de la recién creada Sun Farm Perú y al propio interés de los tesistas, al vislumbrar una oportunidad de negocio a partir de una oportunidad originada por el *boom* de las exportaciones de berries en una ventana comercial peruana con buenos retornos económicos y al incremento en el consumo de berries en los Estados Unidos.

El equipo de emprendedores es conformado por cuatro ingenieros agrónomos altamente motivados con capacidad de idear y realizar innovaciones agrícolas, así como la disposición de asumir sus correspondientes riesgos. El know how que sustenta la ventaja competitiva del negocio propuesto es el conocimiento amplio en el manejo agronómico de la frambuesa, y gracias a ella se puede concentrar las cosechas en las semanas de más alto valor por kilo cosechado.

El proyecto se desarrollará en 10 ha de terreno arrendado por un periodo inicial de 10 años en el distrito de Huasahuasi – Tarma, zona que presenta condiciones edafoclimáticas adecuadas para el cultivo. Hay disponibilidad de agua de buena calidad y mano de obra intensiva en los momentos de mayor requerimiento como lo es la cosecha.

El mercado de destino es Estados Unidos por las siguientes razones:

- A: La frambuesa es considerada el tercer berrie más popular en EE.UU. para consumo en fresco, después de la frutilla y el arándano.
- B: El consumo se ha visto impulsado por la imagen que tienen los berries como súper alimentos saludables.
- C: La oferta supera a la producción interna de este producto, por tal motivo se observa una tendencia creciente y sostenida de la importación de frambuesas.
- D: Existe una ventana comercial entre los meses de setiembre y octubre en los cuales los precios de retorno son altos.

- E: El arancel para el ingreso de frambuesa fresca peruana a mercado americano es 0%.

El modelo de negocio propuesto es: alquiler de tierras de cultivo en la localidad de Huasahuasi (Tarma), se contara con una zona de empaque en la zona de producción, posterior a ello el producto será enviado a una cámara de frio en Tarma donde será recogido por el comprador de la fruta. La ventaja competitiva se basa en la diferenciación de la frambuesa debido a la alta pericia de los emprendedores de producir alta calidad con procesos y costos más eficientes.

Como estrategia de marketing se plantea la participación en ferias especializadas de frutos frescos; en cuanto a las operaciones se realizara un manejo de podas a fin de hacer coincidir la cosecha con la ventana comercial que se nos presenta para el mercado americano; nuestra organización será gerenciada por uno de los miembros del presente trabajo, teniendo un responsable de la parte de producción de campo y otro para la comercialización; los encargados de manejar la producción agrícola contarán con sueldos atractivos para la zona, en lo posible se capacitara a profesionales y/o personas interesadas en el desarrollo del cultivo; se tiene un presupuesto para un programa de responsabilidad social el cual consta básicamente de apoyo en la reforestación de las montañas de las zonas altas de Huasahuasi, así como participación y apoyo en tareas para la comunidad.

Se tiene un año cero que es la etapa de inversión e instalación del cultivo. A partir del año 1 se tendrá la primera cosecha y se alcanza el pico de rendimiento al año 3. Es así que el proyecto requiere una inversión de S/. 2'245,426, el cual se puede financiar con 26.2% capital propio y el 73.8% con financiamiento bancario de Agrobanco.

La evaluación económica del proyecto presente valores positivos con un TIRE de 39.11% y un VANE de S/.1'375.359. De igual manera la evaluación financiera presenta valores positivos y aceptables con un TIRF de 74.2% y un VANF de S/. 2,625.113.

Para el análisis de sensibilidad de variaciones de volumen, precio y costo se tomaron intervalos entre -16% a 20%. Dicho análisis muestra que el proyecto puede resistir variaciones de hasta un incremento del 12% en el costo, que el volumen producido se reduzca en un 12% y que el precio de venta se reduzca hasta en un 8%.