

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Empresas



“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ EN EL DISTRITO DE HUARANCHAL, LA LIBERTAD, 2017”

Tesis presentada por el bachiller:

Pinto Muratta, Joshep Henry

Para optar el Título Profesional de:

Licenciado en Administración de
Empresas

Asesor :

Lic.Cabrera Mattos Wilson Edilberto

AREQUIPA – PERÚ

2 017

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
CALLE S/N - UMACOLLO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS

Vista la documentación suscrita con visto aprobatorio por los docentes: Mgter. Ricardo Valdez Cornejo y Mgter. Martin Quintanilla Rodriguez, en relación al Borrador de Tesis Titulado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ EN EL DISTRITO DE HUARANCHAL, LA LIBERTAD, 2017" Presentado por el señor bachiller: PINTO MURATTA, JOSHEP HENRY.

SE DECRETA:

Aprobar el Borrador de Tesis, Presentado por PINTO MURATTA JOSHEP HENRY, de acuerdo al informe del jurado Pre - dictaminador que forma parte del presente dictamen.

Arequipa, 20 de noviembre de 2017

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


Dr. ERNESTO LUIS VERA BALLÓN
Director (e) de la Escuela Profesional
de Administración de Empresas

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas


Dr. ADRIA HUALLA CALLO
Decano

LVE/DEPAE
Rn

(5154) 382038

(5154) 252542

ucsm@ucsm.edu.pe

http://www.ucsm.edu.pe

0008138

197 No.
Registro:

DEDICATORIA

A mi familia en general, por haberme brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos momentos.



AGRADECIMIENTO

Agradezco la confianza y el apoyo brindado por mi madre, que, sin duda alguna, en el trayecto de mi vida, me ha demostrado su amor corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.



ÍNDICE

Carátula	
Dedicatoria.....	..ii
Agradecimientoiii
Índiceiv
Introducción.....	..vi
Resumen.....	..vii
Abstract.....	..viii
CAPÍTULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS 1
CAPÍTULO II: RESULTADOS.....	..5
2.1. Estudio de mercado 6
2.1.1. Análisis de la situación internacional 6
2.1.2. Análisis de la situación nacional 11
2.1.3. Análisis de la situacional local 14
2.1.4. Plan de mercadeo 18
2.1.5. Plan de marketing.....	.. 20
2.2. Estudio técnico.....	.. 23
2.2.1. Plan Operativo.....	.. 24
2.3. Aspectos organizacionales y legales 34
2.3.1. Constitución de la empresa 34
2.3.2. Descripción de la empresa 34
2.3.3. Misión de la empresa.....	.. 35
2.3.4. Visión de la empresa 35
2.3.5. Objetivos estratégicos 35
2.3.6. Organización de la empresa.....	.. 36
2.3.7. Diagnóstico FODA.....	.. 36
2.3.8. Distintivo de la empresa 37
2.4. Estudio económico y financiero 38
2.4.1. Inversión.....	.. 38
2.4.2. Financiamiento del proyecto.....	.. 39
2.4.3. Presupuesto de ingresos y egresos 42

2.4.4. Depreciación en línea recta.....	43
2.4.5. Flujo neto de caja económico	44
2.4.6. Flujo neto de caja financiero.....	46
CONCLUSIONES.....	47
SUGERENCIAS Y PROPUESTAS.	49
BIBLIOGRAFÍA.	50
ANEXOS.	52
Plan de proyecto de investigación.....	53



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01. Países productores de café a nivel mundial en millones de Kg.....	10
Tabla N° 02. Ficha técnica de mercado y demanda de café.....	17
Tabla N° 03. Ficha técnica para plan de negocio de café.....	23
Tabla N° 04 . Capital de trabajo.....	32
Tabla N° 05. Activos tangibles.....	32
Tabla N° 06. Remuneración de los trabajadores.....	33
Tabla N° 07. Inversión diferida.....	40
Tabla N° 08. Inversión inicial.....	40
Tabla N° 09. Financiamiento del proyecto.....	41
Tabla N° 10. Total de ingresos por año.....	42
Tabla N° 11. Estructura de costos.....	43
Tabla N° 12. Depreciación de activos fijos y diferidos.....	44
Tabla N° 13. Flujo de caja económico.....	45
Tabla N° 14. Flujo de caja financiero.....	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Producción de café a nivel mundial hace 40 años.....	7
Figura N° 2. Producción de café a nivel mundial 2014.....	8
Figura N° 3. Comparación en producción de café.....	8
Figura N° 4. Países productores de café a nivel mundial 2015/2016.....	9
Figura N° 5. Producción de café en Perú.....	12
Figura N° 6. Regiones peruanas.....	14
Figura N° 7. Proyección productiva de café por regiones.....	14
Figura N° 8. Resultados de encuesta.....	15
Figura N° 9. Flujo procesal del café.....	24
Figura N° 10. Café en planta.....	25
Figura N° 11. Despulpado de café.....	26
Figura N° 12. Fermentación del café.....	26
Figura N° 13. Lavado del café.....	27
Figura N° 14. Secado del café.....	27
Figura N° 15. Tostado del café.....	28
Figura N° 16. Molido del café.....	28
Figura N° 17. Envasado del café.....	29
Figura N° 18. Despulpadora de café.....	30
Figura N° 19. Moledora de café.....	31
Figura N° 20. Procedimiento para constituir una empresa.....	34
Figura N° 21. Logotipo de la empresa Toma café SAC.....	35
Figura N° 22. Organigrama estructural de la empresa.....	36
Figura N° 23. Distintivos de la empresa.....	37

INTRODUCCIÓN

Una empresa procesadora y comercializadora de café, en la región La Libertad, en el distrito de Huaranchal, es una oportunidad de inversión para ejecutar el plan de negocio determinado en la presente investigación.

Huaranchal es un distrito ubicado en la sierra liberteña, cuya producción de café es del 26% del total de la región y a pesar de ello no ha sido tomado como un eje primordial para procesar y comercializar café huaranchalino de muy buena calidad hacia el mercado local, nacional y en el futuro internacional.

El Plan de Negocio presentado abarca la creación de una empresa denominada “Toma Café” SAC, la cual tiene como localización el mismo distrito de Huaranchal, teniendo como foco primordial aprovechar la producción directa de los campos de cultivo del distrito, procesarlos y comercializarlos cumpliendo con las normas técnicas, legales, ambientales y de calidad.

“Toma café” SAC, es una empresa que se ubica en un sitio estratégico de fácil acceso a la ciudad, con amplia, cómoda y segura infraestructura, donde el plan de negocios tiene la misión de expandir el mercado comercial del café y desarrollo tecnológico de la ciudad.

En este aspecto se considera una necesidad muy importante y “Toma Café” SAC, está amparado para cumplir este proceso comercial.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un plan de negocio para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal, en la región La Libertad, en el Perú.

Los resultados de la investigación es hacer efectivo este plan de negocio, basado en el análisis de mercado tomando en cuenta la producción, demanda y consumo de café, en los niveles internacionales, nacionales y locales; con descripciones del terreno industrial y las estadísticas que nos demuestran el avance o disminución a través de los años de este producto comercial. Además en la segunda parte de los resultados podemos observar todo el proceso de transformación del café, desde la recolección hasta el envase y puesta a mercado; en ello se puede apreciar que se utilizarán maquinarias correspondientes a cada proceso para mantener una calidad del producto, asimismo se consideran los controles de calidad con un error de producción casi cero, lo que la empresa busca calidad del producto a precios moderados y posibilidad de compra del cliente.

En la tercera parte se define la situación organizativa sobre la constitución de la empresa, existe una visión, misión, objetivos estratégicos, que se persigue para lograr los objetivos propuestos como fin y logros de metas. Por último se presenta un análisis económico y financiero, donde se puede demostrar a través del VAN y TIR económico y financiero que es factible la inversión porque los niveles financieros son positivos y los porcentajes sobrepasan los límites establecidos para operabilizar la empresa. Asimismo este análisis está dado a un tiempo de 5 años iniciando el 2018 hasta el 2022.

Es menester indicar que este plan de negocios muestra todo lo necesariamente posible para su ejecución.

PALABRAS CLAVES: Plan de negocios, creación de empresa, procesadora y comercializadora de café.

ABSTRACT

This research work is a business plan for the creation of a coffee processing and marketing company in the district of Huaranchal, in the region of La Libertad, in Peru.

The results of the research and make effective this business plan is based on market analysis based on production, demand and consumption of coffee, at the international, national and local levels; With descriptions of the industrial land and the statistics that show us the advance or decrease through the years of this commercial product. Also in the second part of the results we can observe the whole process of coffee transformation, from the collection to the packaging and market; In this it can be appreciated that machines will be used corresponding to each process to maintain a quality of the product, also the quality controls with a production error almost zero, which the company seeks product quality at moderate prices and possibility of purchase of the customer.

The third part defines the organizational situation on the constitution of the company, there is a vision, mission, strategic objectives that are pursued to achieve the goals proposed as goals and goals. Finally an economic and financial analysis is presented, where it is possible to demonstrate through the NPV and IRR economic and financial that the investment is feasible because the financial levels are positive and the percentages surpass the limits established to make the company operational. Also this analysis is given to a time of 5 years starting from 2018 until 2022.

It is necessary to indicate that this business plan shows everything necessarily necessary for its execution.

KEYWORDS: Business plan, company creation, processing and marketing of coffee.



CAPÍTULO I

ASPECTOS METODOLÓGICOS

ASPECTOS METODOLÓGICOS

El tipo de investigación utilizado para el presente estudio es no experimental, transversal, descriptivo; basado en aspectos cuantitativos y cualitativos.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de las actividades, objetos, procesos y personas.

Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Deobold y William, 2006).

El diseño de investigación de este estudio es:



Consiste en medir en un grupo generalmente la variable y proporcionar su descripción.

Para el presente proyecto se utilizaron ciertas técnicas de recolección de datos:

- La técnica de análisis documental; está técnica fue usada para la recolección de datos de diversas fuentes documentales, llámense estas fichas textuales y/o fichas de resumen, en tal caso se acude a los documentos oficiales, textos e internet y las normas que se aplicarán para

obtener los datos, los conceptos básicos, los principios más relevantes y los dispositivos legales.

- La técnica de la entrevista; utilizado también para la recolección de datos de campo y recurriendo como informante a profesionales sobre estudio de mercado, planes técnicos del funcionamiento de una empresa y su constitución.
- La técnica de observación de campo, esta técnica fue acompañada de las guías de observación para encontrar algunos datos afines a la investigación.

Asimismo para la aplicación de estas técnicas, se tomaron en cuenta los instrumentos operativos siguientes:

- Fichas bibliográficas; son de corte pequeño y sirvieron para anotar datos de los libros, revistas, artículos que fueron necesarios para realizar la presente investigación.
- Guía de observación; es un instrumento que orientó la atención que se tiene al observar ciertos aspectos del estudio, y es de referencia para ciertas visitas que se pueda realizar con fines a cumplir con la presente investigación.
- La encuesta; este instrumento fue utilizado para recolectar la información, procesarla, analizar los resultados y sacar conclusiones, es un medio muy importante y su validación fue determinante.

Este instrumento sirvió para determinar qué necesidad tiene la población con el fin de elaborar el plan de investigación y su posible aplicación. Para ello se realizó la aplicación del instrumento a la población del Distrito de Huaranchal, de manera aleatoria se encuestó a 50 personas de manera anónima, se les hizo las respectivas preguntas consideradas en el instrumento, se registraron sus respuestas, luego se procesó los resultados obtenidos considerando dentro de este aspecto las frecuencias y porcentajes encontrados al final, y luego se elaboró sus respectivos gráficos.

El procesamiento de datos obtenidos mediante aplicación de técnicas e instrumentos de recolección correspondiente, fueron analizados y otros incorporados al sistema estadístico, resumidos en tablas y/o gráficos estadísticos. Del mismo modo se usó esquemas y resúmenes según establece los casos y procedimientos dentro de la investigación. Se calificaron e interpretaron las apreciaciones con respecto al marco referencial y fueron integradas en sus conclusiones, el cual dispone a validar la hipótesis de la investigación.



CAPÍTULO II

RESULTADOS



2.1. Estudio del mercado

Para determinar el plan de negocios, se obtuvo una información de primer orden, habiéndose adquirido una vasta documentación con relación al mercado internacional, nacional, local, plan de mercadeo y marketing, cuyo producto se acapara dentro del mercado y la demanda correspondiente en diversos aspectos que se obtiene como parte del consumo diario.

2.1.1. Análisis de la situación internacional

El café en Estados Unidos es cada vez más uno de los productos de consumo amplio y que permite el movimiento comercial, que cada vez es más importante en el grupo étnico, mientras que en el grupo no étnico representa un mercado potencial.

Es importante indicar que de acuerdo a los estudios realizados a nivel mundial podemos encontrar que Brasil es el país que produce más café en el mundo, a Brasil le secunda en producción Vietnam, que produce una cantidad considerable de café; el tercer lugar en producción le corresponde a Colombia, luego continúa Indonesia en un cuarto lugar. Además se ubican Etiopía, India, México y Honduras, con una producción considerable a nivel mundial.

A nivel internacional los países que consumen en mayores cantidades café lo integran La Unión Europea, Estados Unidos y Brasil en el grupo más importante; mientras que son secundados en el consumo de café por países como Japón, Filipinas, Rusia, Indonesia y Canadá.

En el mundo la producción del café ha sufrido cambios importantes en su producción, si nos remontamos al año de 1970, tan solo la producción alcanzaba a 58 millones de sacos, los cuales contenían 60 kg. cada uno. Conforme ha avanzado los años la producción ha ido aumentando en un promedio de 2 millones de sacos por año, lo cual equivale a 120 000 000 millones de kg por cada año. En la actualidad esta producción es de 160 millones de sacos de 60

kg cada uno, cuyo dato nos permite proyectar que a través del tiempo el aumento productivo a nivel mundial seguirá creciendo.

Hace más de 40 años la producción de café mantenía porcentajes de 20% en América Central, 28% en el continente Africano, 37% en América del Sur y 15% en el continente de Asia. Por los porcentajes observados podemos ver que en América del Sur, la producción tiene el porcentaje mayor a nivel mundial y el continente de Asia tiene el porcentaje más bajo con un 15%. Ver figura 1.

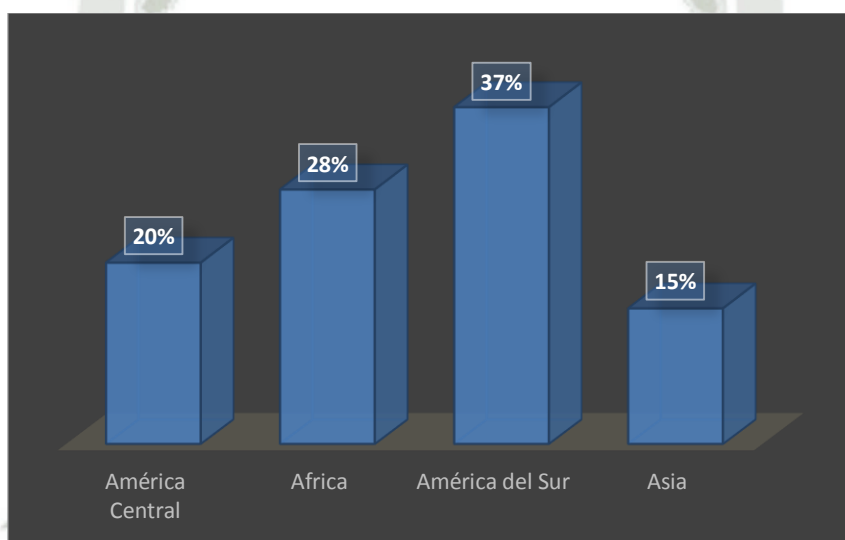


Figura 1. Producción de café a nivel mundial hace 40 años

Fuente: Internacional Coffee Organization (OIC). Autor: Joshep Pinto Muratta

Esta producción a nivel de continentes a sufrido aumentos y disminuciones al 2014, donde podemos observar que América del Sur se ha convertido en el primer productor del mundo con un porcentaje de 47%, mientras que Asia se mantiene en segundo lugar con 33%, América Central solo produce ahora el 11% a nivel mundial y África ahora solo produce un 9% de la producción mundial. Ver figura 2.

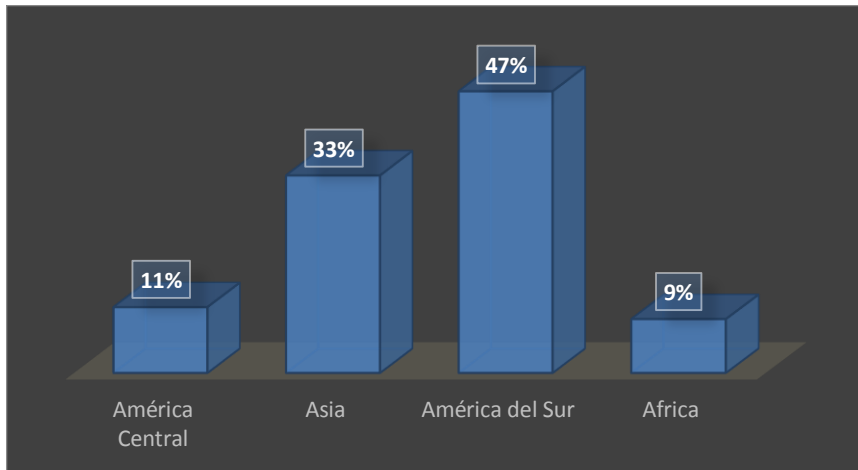


Figura 2. Producción de café a nivel mundial 2014

Fuente: Internacional Coffee Organization (OIC). Autor: Joshep Pinto Muratta

Teniendo en cuenta los gráficos 1 y 2; podemos determinar que América Central ha disminuido su producción de café del 20% al 11%, con una disminución de 9%; Africa ha disminuido también su producción de café de 28% a 9%, con una baja sustancial de 19%; América del Sur ha incrementado su producción de 37% a 47%, ha aumentados su producción en 10% y por último Asia ha incrementado en mayor índice su producción de 15% a 33%, su aumento es de 18%, lo que significa una tendencia importante en la producción de café. Ver figura 3. La disminución productiva de Africa, es preocupante porque la tendencia de disminución es abrupta; mientras que el crecimiento asiático es acelerado y estable a nivel mundial.

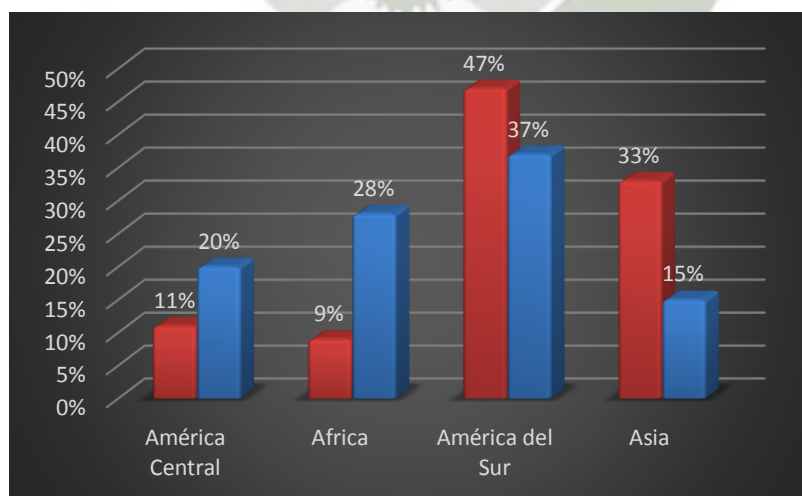


Figura 3. Comparación en producción de café

Fuente: Internacional Coffee Organization (OIC). Autor: Joshep Pinto Muratta

Durante los años 2015 y 2016, a nivel mundial Brasil ocupó el primer lugar como productor de café con el 29%, Vietnam ocupó el segundo lugar con el 19% y en tercer lugar se ubica Colombia con un 9,3%. Otros países que mantienen un porcentaje menor en producción de café son México con el 7%, Etiopía con un 4,4%; y Honduras e India con un 4% de la producción mundial. Ver figura 4.

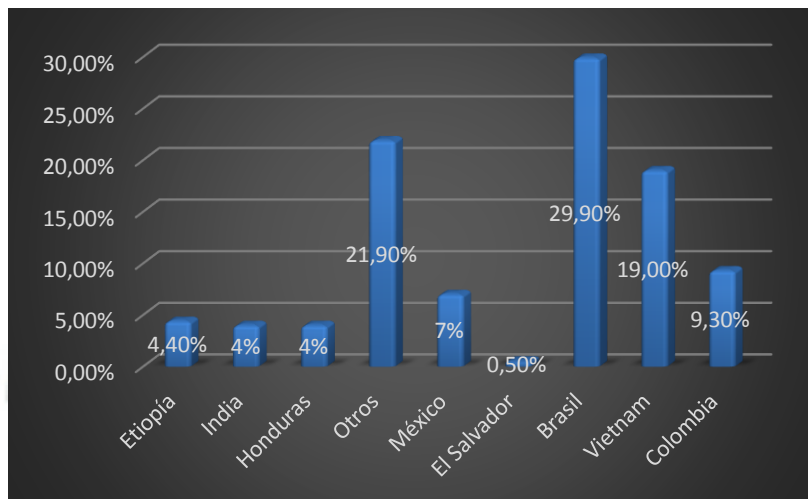


Figura 4. Países productores de café a nivel mundial 2015/2016
Fuente: *Internacional Coffee Organization (OIC)*. Autor: *Joshep Pinto Muratta*

Del mismo modo se debe indicar que a través de las estadísticas, la ubicación de Perú dentro de los exportadores mundiales de café es regular; según lo antecedido observamos a Brasil, Vietnam y Colombia como los principales productores de café en el mundo. El Perú se encuentra ubicada en el noveno lugar por debajo de Honduras y por encima de Uganda. Ver tabla 1.

Las proyecciones se dan dentro de un orden estructural que busca el punto de equilibrio entre la producción, demanda y consumo, lo que encabeza a nivel mundial la Unión Europea y Estados Unidos; ambos tienen un consumo anual que está entre 8 y 9 kg por persona, mientras que países como Brasil y Colombia en América están en el rubro de 5 a 6 kg. respectivamente.

Tabla N° 01:

Países productores de café a nivel mundial en millones de Kg.

Países	Millones de Kg.
Brasil	1 982,4
Vietnam	1 345,9
Colombia	600,7
México	590,5
Etiopía	409,6
Uganda	356,9
Honduras	298,7
Perú	239,8
Costa de Marfil	120,7
Nicaragua	110,5

Nota. Fuente: Internacional Coffee Organization (OIC). Autor: Joshep Pinto Muratta

Con relación a la parte de consumo, se puede mostrar que el mercado europeo y estadounidense, tiene un panorama importante y muy interesante como mercado debido a sus intereses, gustos. Valoran su comodidad en casa y sobretodo su alimentación; Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU, que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros. Los estudios de mercado más recientes en Estados Unidos, muestran cambios cualitativos y cuantitativos, en los patrones de consumos de sus ciudadanos.

En este aspecto la segmentación del mercado está dividido en sub grupos homogéneos, según sus características, comportamientos y necesidades para poder llevar a cabo una estrategia comercial en base al café, con objetivos comerciales para la creación de la empresa.

De acuerdo a las estadísticas los informes reflejan lo que sucede en el mercado, determinando en cierto tiempo pronosticar el comportamiento

comercial, con lo cual, una empresa estaría en posición de tomar la decisión e invertir con mayor certeza.

En el mundo actual, es necesario que las empresas se enfoquen en las nuevas oportunidades de futuro en los mercados internacionales, al mismo tiempo de manera segura, limitando y anticipándose a los riesgos.

La volatilidad de los mercados y en algunos casos la incertidumbre hacen de las decisiones de expansión internacional un tema de gran importancia para el desarrollo empresarial. La globalización enfrenta a las empresas y a las economías en su conjunto, una competencia de escala mundial, lo que les exige niveles crecientes de productividad y de calidad de productos y servicios para poder sobrevivir en la lucha por los mercados. Es por ello que hay una necesidad relevante por conocer en estos mercados; las estrategias de entrada que deben ser diferentes y para ello es vital adaptarse y ofrecer un producto/servicio que sea atractivo, diferente, innovador, que cree valor percibido por los clientes y satisfaga necesidades a los principales consumidores de café en el mundo que radican en la Unión Europea y Estados Unidos.

La tendencia mundial al consumo del café exige productos de buena calidad e innovado en algunos aspectos comerciales, exigen productos novedosos, procesados y listos para consumir. El propósito de incrementar la oferta mundial y que los gobiernos de economías agrícolas en desarrollo le apuntan a políticas de fomento de agroindustria y agro negocios, creando en los productores la necesidad de transformación de sus productos y la generación de valor agregado.

2.1.2. Análisis de la situación nacional

La producción de café en el Perú, alcanzó un 13% en el año 2016 y un porcentaje de 8% más en el 2017, llegando a 310 000 toneladas métricas, debido a una producción de plantaciones renovadas de café. La producción

cafetera ha ido recuperando su nivel, debido a las bajas sufridas a partir del 2015, debido a que sufrió una caída durante los años 2013 y 2014. Ver figura 5.

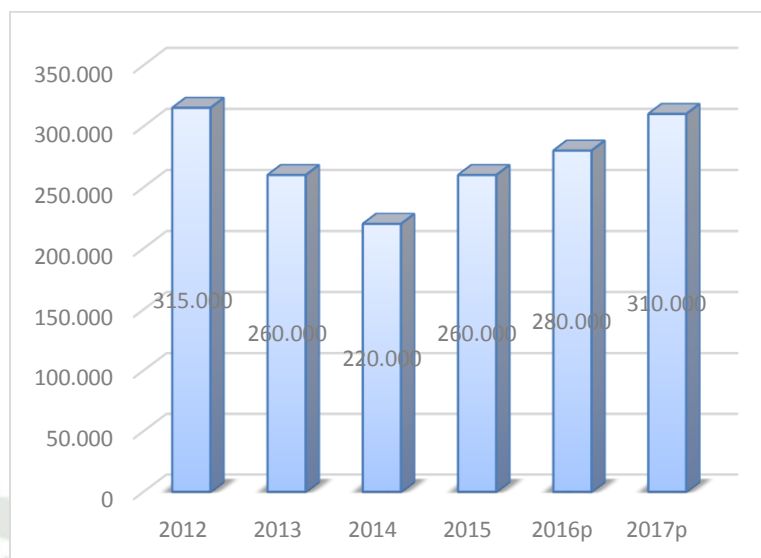


Figura 5. Producción de café en Perú en TM.

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (Minagro). Autor: Joshep Pinto Muratta

El café es el principal producto agrícola de exportación en el Perú. El 2008 se exportaron más 225,547 Toneladas (que corresponden a 642,867 miles de dólares) más del 96% del valor de las exportaciones tradicionales y 28% del valor total de las exportaciones.

El cultivo se concentra en café arábico, su producción directa genera 43 millones de jornales al año, a los que suman 5 millones de jornales generados por el servicio de comercio, industria y transporte.

El café se produce mayormente en los valles interandinos y de la cordillera oriental de los andes, en su encuentro hacia la selva peruana y es cultivado en 188 distritos del Perú, siendo uno de ellos Huaranchal, distrito perteneciente a la región La Libertad del Perú.

Las características de los cafés se dan en diversos tipos, siendo algunos de ellos los de orígenes propios de una ciudad, estos provienen de lugares establecidos, en ellos destacan los cafés exóticos cultivados en zonas

determinadas bajo condiciones excepcionales. Asimismo se establecen los cafés de finca, de preparación, selectos, de caracol, sostenibles, orgánicos y otros que establecen características especiales en el mercado consumidor. Las tendencias en el mercado son frecuentes a nivel mundial; el café como tal sirve para el consumo en sus diferentes preparaciones, ya sean solubles, molidos, descafeinados, fríos, calientes, helados, entre otros.

La tendencia del consumo es progresiva, cada día la población está consumiendo más y esto hace que la producción sea mayor. Este producto más difundido a nivel mundial, forma parte esencial de canasta familiar; la oferta y la demanda, que está siendo positiva en este aspecto económico.

El adquirir café en un supermercado o una tienda forma parte de un conjunto de consumidores, a los cuales les importa tanto como el costo por el producto, el cual es analizado y debe estar en razón de sus ingresos, bajo esta premisa se emplea que la oferta es importante, los precios de mercados relativamente competitivo y producto de calidad.

Para cada consumidor hay un productor, encargado de elaborar el producto para el consumo, es importante obtener buena materia prima y enfrentar la competencia de mercado con producción de calidad y precio moderado.

Por último la demanda, la oferta y equilibrio de mercado de café forman parte de un sistema fundamental en que se desarrolla nuestra economía, esto incentiva a entender lo que sucede al adquirir un producto.

En el Perú, las regiones productoras de café con mayores índices productivos son: Junín con 64 mil TM., San Martín con 61 mil TM., Cajamarca con 58 mil TM., Amazonas con 38 mil TM., Cusco con 37 mil TM. Ver figura 6.

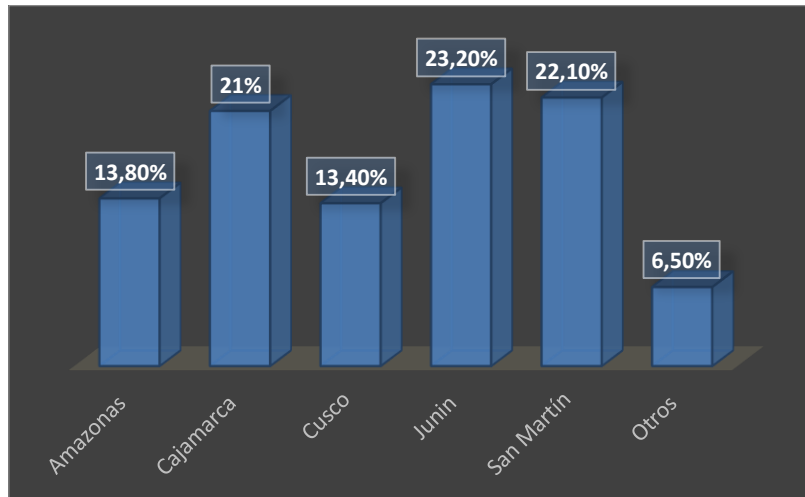


Figura 6. Regiones peruanas productoras de café

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagro). Autor: Joshep Pinto Muratta

Las proyecciones de crecimiento de la producción cafetera por regiones en el Perú será del 20% y se puede observar en el siguiente gráfico. Ver figura 7.

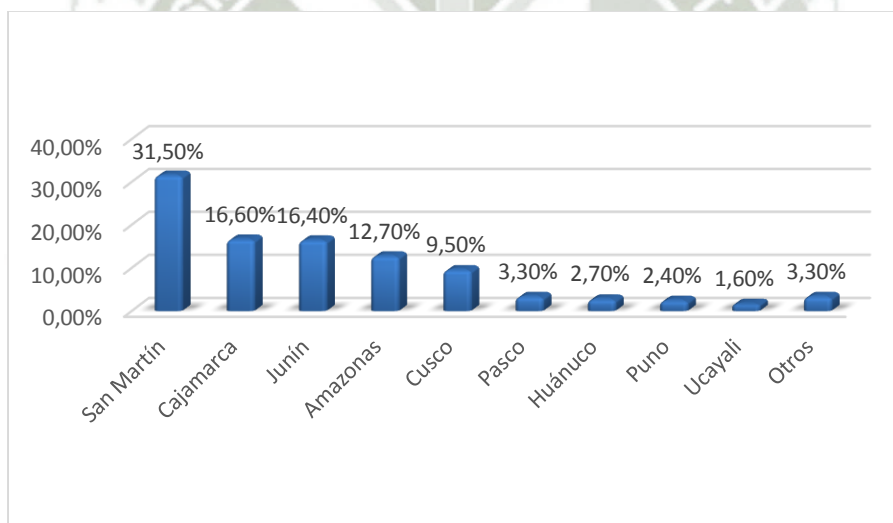


Figura 7. Proyección productiva de café por regiones.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagro). Autor: Joshep Pinto Muratta

2.1.3. Análisis de la situación local

Actualmente en el distrito de Huaranchal, los pobladores esperan ansiosas propuestas de mejora de la calidad de vida de la ciudad, con fuentes de trabajo y que el pueblo mejore en base a las nuevas tecnologías existentes en el mundo actual.

Los pobladores muchas veces se enfrentan a una realidad oscura, donde no hay desarrollo industrial de su ciudad, por el contrario existe un sub desarrollo y estándares demasiados de pobreza.

De acuerdo a las opiniones de la población, previa entrevista aplicada a una muestra al azar sobre lo que considera más importante para que su pueblo mejore, indica que hay necesidad de industrializar la ciudad mediante empresas cafeteras, debido a que son grandes productores de café en la región La Libertad. Ver figura 8.

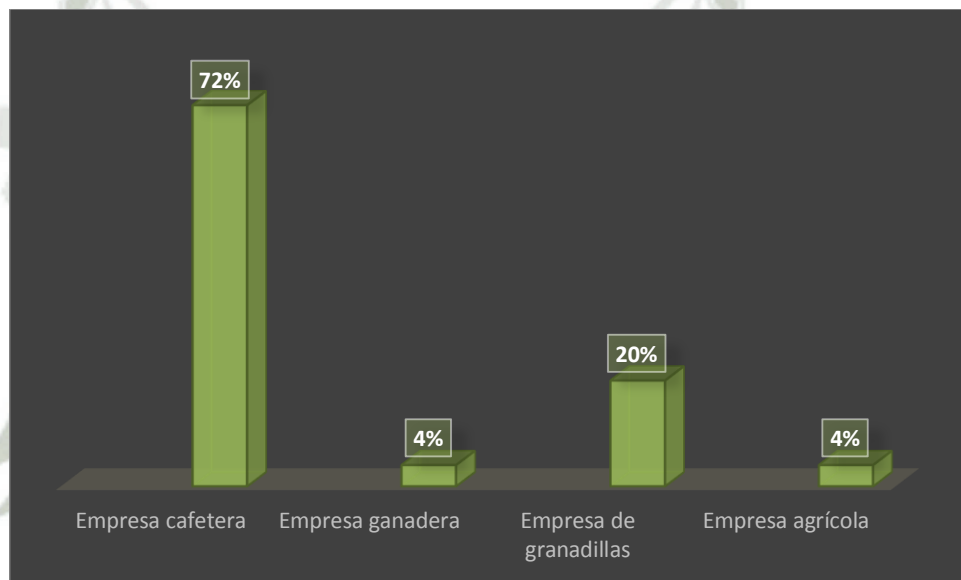


Figura 8. Resultados de encuesta

Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

Dentro de este contexto podemos analizar que la región La Libertad en su producción de café, tiene a los distritos con cifras porcentuales de productividad, Huaranchal tiene el 26%, Ongón el 24%, Usquil el 11%, Bolívar el 8,5%, dentro de las más importantes en la región.

Huaranchal, a pesar de ser uno de los productores más importantes del café está sufriendo en forma tecnológica, las autoridades y empresa privada no han tomado con claridad invertir en esta ciudad y convertirlo en el mejor distrito a

nivel mundial comercializador de café de la sierra liberteña y con proyecciones y avance de acorde con la comunidad y pueblo en general.

La propuesta de Toma café SAC, como una alternativa de inversión en este distrito está enmarcado en el orden comercial de calidad. La comercialización del café a través del mercado regional, nacional e internacional.

El mercado es constante, competitivo y tiene afluencia de consumidores, bajo esta premisa la influencia de mercado, demanda y consumo hoy por hoy está bien determinado y en alza, por lo tanto existe una necesidad de crear más empresas dentro del rubro y apoyar la industrialización desde este campo.

Existe condiciones favorables de inversión, existe productividad dentro del pueblo motivo de la constitución empresarial, existe demanda y consumo, por lo tanto se puede proyectar esta investigación como una realidad factible de realizar y poner al mercado una nueva manera empresarial denominada “Toma Café” SAC, 100% Huaranchal.

El mercado regional en la Libertad y a nivel Nacional en el Perú, solo es abaste entre el 5% y 10% con la producción de café, considerándose que la mayor parte de café pasa a ser exportado, en tal sentido el mercado nacional que corresponde a una población de quince millones de pobladores que pueden consumir café, y específicamente en La Libertad se cuenta entre 700 a 800 habitantes dentro del mercado; lo que hace viable que hay necesidad de invadir el mercado regional y nacional; considerando que la población viene creciendo de manera amplia, lo que hace que cada día la demanda sea mayor. Del mismo modo el mercado local tiene una población de 3500 habitantes, siendo la demanda para una población de 2500 Vease tabla 2

Tabla N° 02:

Ficha técnica de mercado y demanda de café

Ficha de mercado y demanda			
Café convencional / Huaranchal – La Libertad – Perú			
<p>Oportunidad de mercado: A simple vista parece que la promoción genérica de café es innecesaria. El consumo generalizado del café sugiere que la demanda del producto está garantizada; pero existe la necesidad de educar a los consumidores.</p> <p>El producto que se ofrece es de calidad lo que permite disfrutar una bebida y asumirla de manera real y deliciosa.</p> <p>Objetivos:</p> <p>+El mercado objetivo primario está en base a una población de hombres y mujeres de 25 a 40 años de manera primaria.</p>			
Mercado	Población Local	Población Regional	Población Nacional
	2 500	700 000 Mínimo	15 000 000
		800 000 Máximo	Promedio
Demanda	1 500	400 000	1 000 000
<p>Análisis de competencia:</p> <p>+Marcas reconocidas como: Nescafé, Kirma, Altomayo, etc.</p> <p>Precio:</p> <p>+10 nuevos soles cada kg.</p> <p>+1 nuevo sol por 100 gramos.</p>			

Nota. Fuente: Internacional Coffee Organization (OIC). Autor: Joshep Pinto Muratta

2.1.4. Plan de Mercadeo

2.1.4.1. Objetivo General

Ingresar al mercado regional y nacional a través de la campaña con stands en ferias, folletos y degustaciones para lograr que los clientes puedan reconocer la marca como un café de calidad y precio justo distinguiendo su origen 100% peruano.

2.1.4.2. Objetivos específicos

Promover la imagen del café a través de diversas acciones que permitan el posicionamiento de la empresa.

Ofrecer el producto a un precio por debajo del competidor obteniendo rentabilidad.

2.1.4.3. Estrategias de distribución

El medio de distribución que consideró toma café SAC, para la comercialización de su producto es corto, tomando en cuenta que desea efectuar control sobre toda su producción, con intervención sobre la fijación final del precio, intervenir en las actividades promocionales, disposición de un equipo de trabajo comercial reducido, y cuenta con pequeña infraestructura logística.

La estrategia de distribución para los clientes a donde se quiere llegar se centra en el excelente servicio con la entrega oportuna y calidad pactada, en el lugar solicitado por él. Los almacenes de la planta procesadora y comercializadora del café están ubicados en el Distrito de Huaranchal, en la Provincia de Otuzco, en la Región La Libertad

2.1.4.4. Estrategias de precio

La estructura de costos de producción permite ingresar al mercado con un precio muy competitivo, el cual corresponde a 10 nuevos soles por kilogramo, derivando de allí las proporciones cantidades del producto para su venta; lo cual está totalmente cómodo para los clientes consumidores. Al fijar estos precios se tuvo en cuenta los costos de producción y operativos, para establecer las ganancias mínimas que la empresa dispone a lo largo de 5 años.

2.1.4.5. Estrategias de servicio

Teniendo en cuenta que un buen servicio va totalmente ligado a las ventas y que puede competir con aspectos tan importantes como la publicidad y los descuentos, se encuentra la necesidad de prestarle una atención importante a este punto viéndolo como una estrategia.

Es prioridad que todas las personas que entran en contacto con el cliente siempre estén proyectando una actitud segura, gentil y respetuosa hacia él. Para lograr esto es necesario capacitar a los impulsores del producto y a las personas que entran en contacto directo con el cliente. Para lograr esto es la calidad de los productos que ofrece Toma café SAC, esto va ligado a la filosofía de los clientes, manteniéndolos comunicado, de responder a sus inquietudes y dudas, con el fin de satisfacer sus necesidades y superar las expectativas.

Es necesario mantener una política responsable y oportuna, los productos deben llegar o atenderse conforme se establecen los contratos, los días, horas y condiciones adicionales de puesta en el mercado, por eso se debe tomar las precauciones necesarias para el cumplimiento de entregas, debe ser un servicio anticipado y positivo para la empresa.

2.1.4.6. Proyección de ventas

Las ventas se proyectan a 5 años, de acuerdo a las demandas en el mercado y que durante este tiempo si es factible incrementar la producción en un 10% anual, porque el mercado lo permite y las ganancias también deben ir incrementándose de manera progresiva y gradual dentro de esta empresa, que al término de este tiempo se cubre todos los gastos de inversión y se procede a resalizar nuevas reinversiones de mercado.

2.1.5. Plan de Marketing

2.1.5.1. Objetivos

- Lograr conseguir el posicionamiento de la empresa.
- Dar a conocer las promociones que realiza la empresa.
- Incrementar las ventas en 10 % anual, con relación al año anterior.

2.1.5.2. Determinación de las estrategias de marketing

Promociones por introducción al mercado con sorteo de regalos especiales, además en fiestas patrias y navidad.

2.1.5.3. Determinación de los medios

La campaña publicitaria de los productos de la empresa “Toma Café SAC” se llevará a cabo en dos etapas: la primera se implementará durante el mes de julio y la segunda en diciembre.

2.1.5.3.1. Primera Etapa

Esta etapa publicitaria se dirige a comunicar y resaltar en el mercado la presencia de la empresa, sus características y beneficios del producto teniendo en cuenta el mercado potencial a su compra. Posteriormente la campaña

continuará con el análisis de mercado. En estricto apego a las preferencias del mercado se aplicará la campaña publicitaria tomando en cuenta los siguientes medios: Las redes sociales, la televisión y avisos publicitarios.

En la televisión, la campaña publicitaria se comunica a través del canal de la región y el de mayor sintonía a nivel nacional, considerando 30 segundos de duración en horas consideradas punta y con spots impactantes para motivar al público integrante del mercado potencial. Esta publicidad debe estar de acuerdo al presupuesto de la empresa.

Las redes sociales, este medio no tiene costo a menos que se quiera introducir banners o habladores virtuales, para tal efecto se publicarán avisos en youtube y Facebook.

2.1.5.3.2. Segundo Etapa

Esta etapa publicitaria se dirige a reforzar la comunicación de la presencia del comercial al mercado objetivo, sus características y bondades y estará dirigida a compartir las fiestas patronales y cívicas de la ciudad con el target y las promociones y sobre todo, a persuadir a los integrantes del mercado real y potencial a la compra de los productos.

La segunda etapa de la campaña seguirá estrictamente las estrategias, tácticas y planes de acción de la primera etapa, en la empresa Toma Café SAC.

Con la información planteada, la segunda etapa de la campaña publicitaria se comunicará por los siguientes medios: la televisión, la radio, prensa escrita, redes sociales.

2.1.5.4. Presupuesto del plan de medios

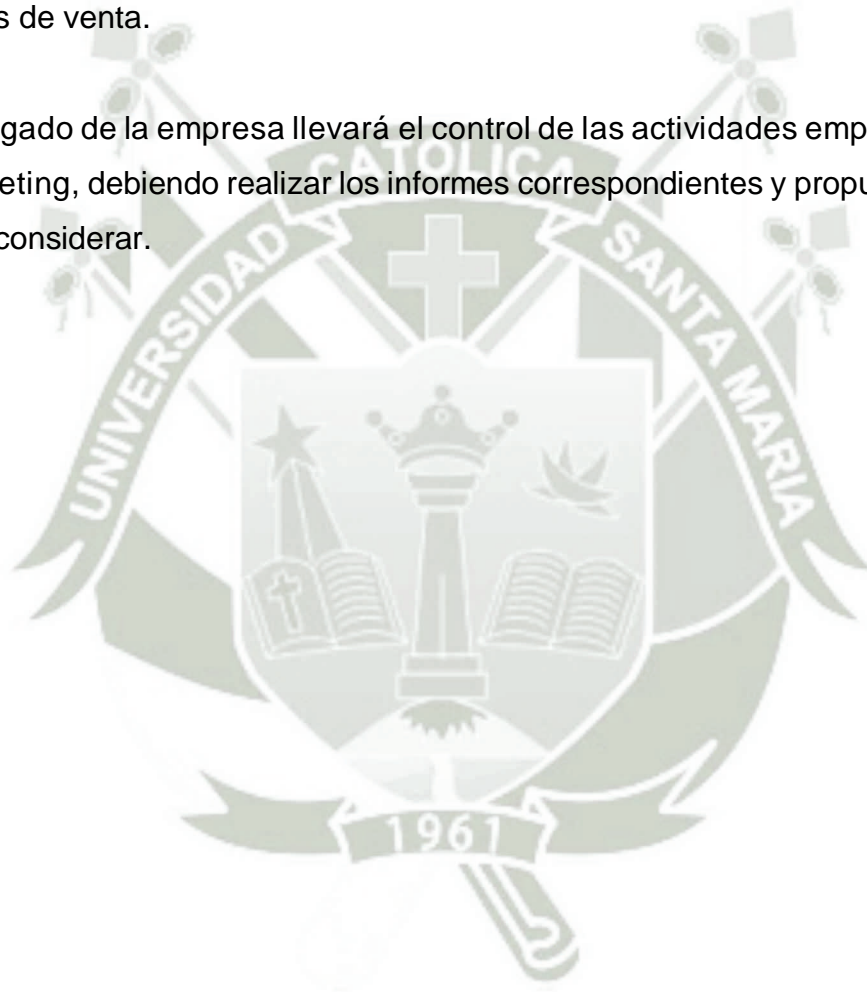
El orden publicitario, tendrá un presupuesto de acuerdo a los ingresos y posicionamiento de mercado de la empresa.

2.1.5.5. Sistema de control

A través de este control se pretende detectar los posibles fallos y desviaciones a tener de las consecuencias que estos vayan generando para poder aplicar soluciones y medidas correctivas con la máxima inmediatez.

Los procesos de control se llevarán a cabo con la dirección del gerente y determinando en cada uno de los departamentos de la empresa, realizando encuestas al público visitante con relación a cada uno de los productos y procesos de venta.

El encargado de la empresa llevará el control de las actividades empresariales de marketing, debiendo realizar los informes correspondientes y propuestas que se debe considerar.



2.2. Aspectos técnicos

En este aspecto se ha tenido en cuenta una ficha del café para un orden comercial, como una parte del proceso de elaboración y sus estándares de calidad.

Estos estándares, características físico químicas y tabla nutricional, forman parte del contenido básico que deberá tener el producto del café para salir a mercado, lo cual ha sido parte de un estudio para llegar a determinar las condiciones plasmadas en la presente ficha. Ver tabla 2.

Tabla N° 03:

Ficha técnica para plan de negocio del café

Ficha del café para el plan de negocio		
Café convencional / Huaranchal – La Libertad - Perú		
Estandares de calidad	Color	Café oscuro
	Textura	Sin grumos, suelto
	Sabor	Acidez media
Características físico químicas	Humedad	4%
	Sólidos	1%
	Cafeína	1,2%
	Grasa total	1,8%
Tabla nutricional 6 gramos x 24 calorías	Carbohidratos	1%
	Proteínas	0,9%
	Sodio	1%

Nota. Fuente: Internacional Coffee Organization (OIC). Autor: Joshep Pinto Muratta

2.2.1. Plan operativo

2.2.1.1. Flujo de proceso de producción

El procedimiento técnico que se realizará para la comercialización de café en la empresa “Toma café” SAC, determina un flujo procesal desde la recolección del café hasta el envasado y puesto a mercado para el consumo. Ver figura 9.

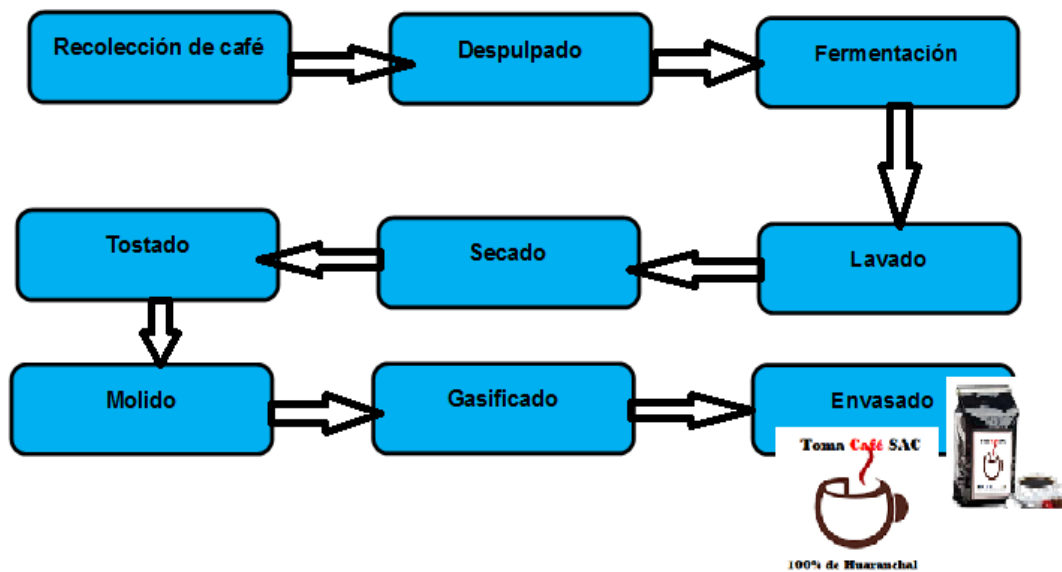


Figura 9. Flujo procesal del café

Fuente: Elaborado revista cafeto o planta de café. Autor: Joshep Pinto Muratta

El proceso productivo del café se da en diversos pasos; cada uno determina la forma consecutiva del flujo productivo, sin embargo existen actividades propias de este proceso y para su cumplimiento deben utilizarse maquinarias y herramientas necesarias y adecuadas lograr la calidad del producto.

Asimismo el proceso de labor debe darse en cumplimiento de las normas de seguridad y normas ambientales; lo que busca la empresa es estar inmersa bajo la calidad de servicio, productos de calidad y satisfacción del cliente al consumir el productos.

2.2.1.2. Descripción del proceso productivo

La empresa persigue el siguiente proceso productivo de café:

➤ **Recolección de café**

Se da como un trabajo personalizado, en donde se debe poner mucha minuciosidad y se realiza en forma manual, se debe recoger los granos que se encuentran totalmente maduros; normalmente el café es de color rojo o amarillo, si estos granos se mezclan con los granos de color verde, pueden afectar el sabor del café; también deben eliminar todos los granos que se encuentren de manera defectuosa. Este paso es muy importante porque la calidad del café se inicia en este proceso de selección. El recolector debe estar capacitado para cumplir con los postulados de la empresa e identificado para cumplir con su trabajo. Ver figura 10.



Figura 10. Café en planta.

Fuente: Revista el cafeto o planta de café

➤ **Despulpado del café**

Luego de haber recolectado el café, éste debe ser separado en cáscara y pulpa, esto se hace utilizando una máquina despulpadora de café; la máquina separa la cáscara por un lado y la pulpa por otro. La pulpa es usada para abonar terrenos, mientras la cáscara dura se pone en tanques de concreto para ser remojados. Ver figura 11.



Figura. N° 11: Despulpado de café

Fuente: Revista promotora de café.

➤ **Fermentación del café**

En este proceso se descompone el mucílago que cubre los granos de café. El café debe quedar el tiempo necesario para obtener la calidad del producto y el sabor del café, en estos casos la fermentación no debe pasar los 7 días. Ver figura 12.



Figura 12. Fermentación del café.

Fuente: Revista promotora de café.

➤ **Lavado del café**

Este proceso ayuda a eliminar el mucílago descompuesto que tienen los granos del café. Este proceso dura entre 18 y 30 horas, dependiendo de la madurez en que se muestre el producto. Ver figura 13.



Figura 13. Lavado del café

Fuente: Revista promotora de café.

➤ **Secado del café**

El café del lavado sale con un porcentaje de 50% a 60% de humedad, el cual debe bajarse a tan solo un promedio del 12%, por lo tanto se necesita del sol entre 30 a 40 horas hasta lograr cumplir con los porcentajes establecidos. Ver figura 14.



Figura 14: Secado del café

Fuente: Revista promotora de café.

Culminado la etapa de secado, los granos son empacados en costales y almacenados en lugares establecidos como almacenes. Luego de ello se retirará de manera mecánica el pergamino que cubre la almendra de café, en esta fase hay disminución del peso por este retiro. Ahora se realiza una selección de

calidad y todos los granos defectuosos son eliminados, quedando tan solo los que estén en buen estado referente a su tamaño, color, superficie perfecta y condiciones de calidad solicitados por la empresa.

➤ **Tostado del café**

El siguiente paso consiste en tostar el café, que puede presentar compuestos solubles y aromas en la preparación de la bebida. Ver figura 15.



Figura 15. Tostado del café
Fuente: Revista promotora de café.

➤ **Molido del café**

Este paso consiste en pasar el café por el molino, el café disminuye sus tamaños de grano. Ver figura 16.



Figura 16. Molido del café
Fuente: Revista el cafeto o planta de café

➤ **Gasificación del café**

Se procede a la desgasificación, que consiste en eliminar el gas carbónico, este café se deja en un recipiente cerrado para no perder su aroma y para evitar que absorba la humedad del café y que no pueda contaminarse ni se envejezca en forma inmediata. Se debe tener una máquina gasificadora para evitar que pierda más del 1% de su aroma.

➤ **Envasado del café**

En esta parte se envasa el en sus respectivos sobres, el cual pasó todos los procesos de acuerdo al estudio técnico de la empresa. Ver figura 17.



Figura 17. Envasado del café

Fuente: Creación propia. Autor: Joshep Pinto Muratta

Una vez envasado el café, se pone al mercado para el público consumidor. Este proceso realizado es lo que persigue la empresa para lograr un producto de calidad, costos moderados de acuerdo a los ingresos del poblador y bajo todos los proceso ambientales, de seguridad y salud nutricional.

Es necesario considerar que se está tomando en cuenta la recolección de un café 100% de calidad, la producción en los cultivos de Huaranchal deben ser la prioridad para la empresa; de acuerdo a las normas empresariales del 100% de la cosecha bruta se debe recuperar el 80%, para quedar al final del proceso en un 65%.

Asimismo se considera los límites de control para cafés; este debe ser rigurosamente revisado en todos sus pasos y posteriormente pase por los los ejecutores de las supervisiones, las cuales deben ser personas capacitadas y con experiencia en este tipo de actividades comerciales. Para este acto de control se debe tener en cuenta la humedad promedio exigido para la producción, no debe exceder del 10%.

2.2.1.3. Necesidades y requerimientos

La empresa necesita equiparse tecnológicamente con sus capacidades instaladas, de modo que pueda cumplir con la producción correspondiente; se considera dentro de este aspecto la infraestructura, la mano de obras, los productos, entre otros.

➤ Algunas maquinarias a utilizar

Dentro del proyecto se pretende contar con las maquinarias adecuadas para cumplir con un buen procesamiento del café, la tecnología está cada día más avanzada y en tal sentido la filosofía de la empresa y el mercado así lo solicitan, Mostramos algunas máquinas que pueden ponerse operativas para la funcionalidad de la empresa. Ver figura 18.



Figura 18. Despulpadora de café

Fuente: Revista importadora y exportadora de insumos para empresas de café.

Estas máquinas se encargan de despulpar y seleccionar los granos de café, no pierde granos y consume poca agua. Se encarga de moler el café, los granos del café disminuyen. Ver figura 19.



Figura 19: Moledora de café

Fuente: Revista importadora y exportadora de insumos para empresas de café.

2.2.1.4. Costos de producción

Dentro de los costos de producción para el funcionamiento de la empresa se tuvo en consideración: la materia prima, mano de obra, servicios y transporte, materiales de escritorio, etc.; donde se consideran los costos por mes, trimestrales y anuales considerándose estos básicos dentro del orden productivo. Ver tabla 4.

Tabla N° 04 :
Capital de trabajo

CONCEPTO	N° DE MESES	COSTO/MES	EFFECTIVO X TRIMESTRE	EFFECTIVO POR AÑO
Materia prima	12	20 000.00	60 000.00	240 000.00
Mano de obra	12	19 000.00	57 000.00	228 000.00
Servicios y transporte	12	7 000.00	21 000.00	84 000.00
Materiales de escritorio	12	1 000.00	3 000.00	12 000.00
Total al año.		47 000.00	141 000.00	564 000.00

Nota. Fuente: Estimaciones propias, en base a las cifras de esos rubros. Las cifras fueron divididas entre 360 (días laborales al año de la empresa) y luego multiplicadas por 90, de esta forma se estimó el efectivo para capital de trabajo cada trimestre (90 días). Autor: Joshep Pinto Muratta

2.2.1.5. Infraestructura

La infraestructura que se consideró para el funcionamiento de la empresa, considera la compra de un terreno para la operacionalización de la planta procesadora de café, la construcción de dicho bien es conforme al diseño considerado para las diferentes áreas de trabajo; también se considera la adquisición de maquinarias de acuerdo al uso para la producción, los equipos de transporte y los útiles de oficina necesarios para el funcionamiento de Toma Café SAC. Ver tabla 5.

Tabla N° 05:
Activos tangibles

Concepto	Costo total en nuevos soles
Terreno.	400 000.00
Obra civil	1 200 000.00
Maquinaria y Equipo de Proceso	700 000.00
Equipos de transporte	450 000.00
Equipo de Oficina	100 000.00
Total	2 850 000.00

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.2.1.6. Mano de obra requerida

Para esta labor empresarial se consideró un gerente general, un responsable del área comercial, producción y finanzas; además de colaboradores de recolección y operarios; los cuales deben estar involucrados con las perspectivas que tiene la empresa para su funcionabilidad. Ver tabla 6.

Tabla N° 06:

Remuneraciones de los trabajadores

Personal	Remuneración mensual	Gratificaciones x 2	CTS(1/6 de gratificación)	Monto total
Gerente general	3 840.00 x 12 46 080.00	7 680.00	640.00	54 400.00
Coordinador comercial, producción y finanzas.	2 354 x 12 28 248.00	4 708.00	394.00	33 350.00
Colaboradores de recolección-operarios x 11.	900 x12 x 11 118 800.00	1 800.00 x 11 19 800.00	150.00 x 11 1 650.00	140 250.00
Total				228 000.00

Nota.Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.3. Aspectos organizacionales y legales

2.3.1. Constitución de la empresa

Para efectos legales de constitución de la empresa, se tuvo que realizar el siguiente procedimiento: Ver figura 20.

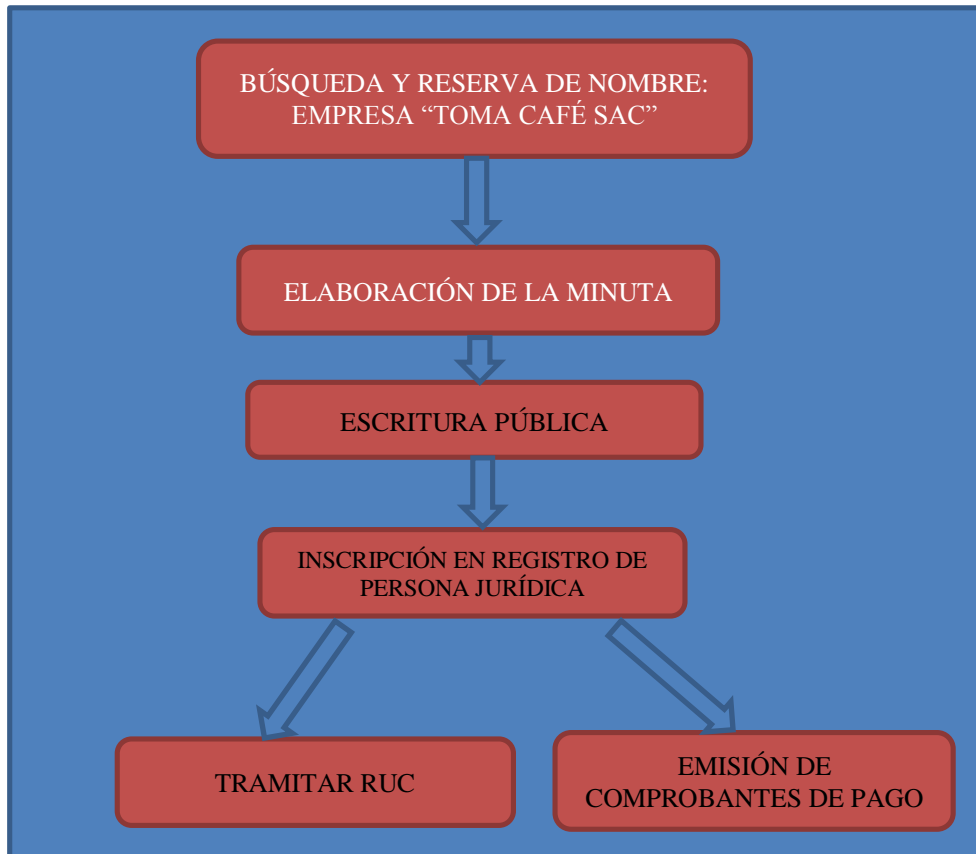


Figura 20. Procedimiento para constituir una empresa

Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.3.2. Descripción de la empresa

La empresa con nombre comercial TOMA CAFÉ SAC, se encuentra ubicada en el distrito de Huaranchal, Provincia de Otuzco, Región La Libertad. Se escogió sociedad anónima cerrada y se registra dentro de las sociedades mercantiles y comerciales, dedicadas a la comercialización del café. Las proyecciones para la empresa lleguen a ser una de las más importantes en la región y que se cumpla con eficiencia y responsabilidad al servicio de los clientes consumidores de café; y que en futuro logre su internacionalización. Ver figura 21.



Figura 21. Logotipo de la empresa Toma café SAC.

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.3.3. Misión de la empresa

Ofrecer servicios de comercialización de café en la parte norte del Perú, generando bienestar a los grupos de interés, soportados en las capacidades de nuestro equipo humano y la seguridad de nuestras operaciones. Asegurar mecanismos de acción interna para garantizar la satisfacción del gusto de los consumidores con un producto en óptimo estado.

2.3.4. Visión de la empresa

Ser reconocidos como una de las mejores empresas de servicios comercializadores del Perú, por nuestra cercanía con los clientes, la confiabilidad de sus servicios y el impacto en el mejoramiento de la calidad de vida en los lugares donde se opera. Ser una empresa líder en la comercialización del café.

2.3.5. Objetivos estrategicos

La empresa Toma café SAC, plantea dentro de su organización los siguientes objetivos estratégicos:

- Mantener los niveles de demanda en el mercado nacional, de acuerdo con la misión y visión de la empresa.
- Ampliar nuevos mercados con expectativas de éxito y proponiendo un trabajo organizado a corto, mediano y largo plazo.
- Proyectar la comercialización del café a todo el ámbito nacional e internacional.
- Conservar un liderazgo de preferencia de los hogares de la región La Libertad y en especial del lugar donde se establece la empresa.
- Lograr cubrir las metas planificadas para los años de proyección comercial.

2.3.6. Organización de la empresa

La empresa cuenta con el siguiente organigrama estructural. Ver figura 22.

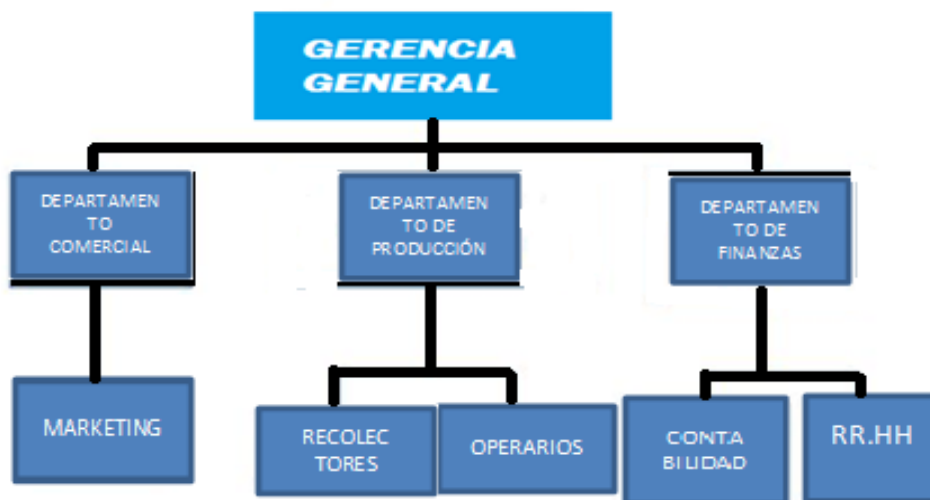


Figura 22. Organigrama estructural de la empresa.

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.3.7. Diagnostico FODA de la empresa

FORTALEZA:

- Es un alimento saludable de buena calidad y rico en proteínas.
- Ofrece múltiples posibilidades gastronómicas para su consumo habitual.
- Tiene muy bajo costo.

OPORTUNIDADES:

- Fuerte demanda en el mercado.
- Mercado en crecimiento con marcada innovación del producto.
- Producto potencial.

DEBILIDADES:

- Falta de información de los consumidores acerca del producto.

AMENAZAS:

- Fenómenos naturales ponen en peligro los sembríos de este producto.
- Las carreteras no se encuentran en buen estado, dificultaría el transporte del producto.

2.3.8. Distintivos de la empresa

Se está considerando el membrete de la empresa, empaque de café y logo.
Ver figura 23.



Figura 23. Distintivos de la empresa

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.4. Estudio económico y financiero

En este aspecto se busca la mutua coincidencia entre análisis financiero y económico en la empresa, para medir y maximizar su utilidad. El análisis financiero considera las inversiones desde la perspectiva de una entidad individual: un productor, un propietario de tierras, un grupo, una compañía u organización gubernamental o no-gubernamental. Los costos por los bienes y servicios están basados en el valor actual pagado o percibido por el individuo, la comunidad, o la organización. El análisis incluye el flujo de fondos como ocurre en la inversión, con gastos fijos y operativos: tierra, trabajo y capital, produciéndose cada año gastos e ingresos. Todo subsidio, impuesto o transferencias entre individuos, comunidades, compañías u organizaciones son considerados estrictamente desde el punto de vista de flujos (entradas o salidas) de caja.

En el análisis económico se evalúan los costos y las ganancias de un proyecto desde la perspectiva de la sociedad como un todo. Se asume que la realización de un proyecto ayudará al desarrollo de la economía y que su contribución social justifica el uso de los recursos que necesitará. En consecuencia, el análisis económico considera la valoración de los costos y beneficios sociales del proyecto; así como el uso de métodos estimativos de precios-sombra cuando los costos y beneficios difieren de los precios de mercado; y la valoración fuera del mercado y la transferencia de beneficios, para precios de bienes y servicios que no tienen precios de mercado directos.

2.4.1. Inversión

La inversión para el presente proyecto está determinado en 3 474 000.00 (Tres millones cuatrocientos setenta y cuatro mil nuevos soles), el cual es producto de todos los gastos establecidos para el funcionamiento de la empresa y que es producto del aporte social de los socios y de un préstamo bancario. Los detalles se van estableciendo progresivamente y detallando uno a uno.

2.4.1.1. Activos tangibles

Se consideran activos tangibles todos los bienes de naturaleza material susceptibles de ser percibidos por los sentidos, tales como: Terreno, obra civil, maquinaria y equipo de proceso, equipo de transporte y equipo de oficina.

- **Terreno.** El área que se consideró necesaria para las instalaciones y áreas de maniobras de la planta es de 5 000 m², cuyo costo por metro cuadrado es de 80.00 nuevos soles, dando un total de 400 000.00.
- **Obra civil.** Las construcciones que se programaron para el funcionamiento de la empresa constan de almacén, áreas de almacenamiento, servicios, oficinas, etc., considerando un diseño arquitectónico de acuerdo a los estudios técnicos para la construcción, cuyo costo asciende a 1 200 000.00 nuevos soles.
- **Maquinaria y Equipo de Proceso.** En este concepto se consideró la maquinaria y equipo de proceso de almacenamiento, lo cual incluye despulpadoras, lavadoras, secadoras, separadoras, descascaradoras, piladoras, etc.; cuyo costo asciende a 700 000.00 de nuevos soles.
- **Equipos de transporte.** Se consideraron camiones, camionetas y otros, cuyo costo asciende a 450 000.00 nuevos soles.
- **Equipo de Oficina.** Por este concepto se han considerado, el equipo necesario para acondicionar las oficinas del área administrativa y logística, cuyo monto asciende a 100 000.00 nuevos soles.

2.4.1.2. Inversión diferida

En este aspecto se considera los gastos que se utilizan al constituir la empresa. Ver tabla 7.

Tabla N° 07:
Inversión diferida

CONCEPTO	Costo total en nuevos soles
Constitución legal de la empresa	5 000.00
Elaboración de estudios	30 000.00
Instalación, arranque y capacitación del personal	20 000.00
Intereses pre operativos	5 000.00
Total	60 000.00

Nota.Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.4.1.3. Capital de trabajo

Es la cantidad de dinero para invertir en el trabajo, el monto para iniciar las labores de producción en la empresa. El capital de trabajo para el proyecto se compone de efectivo, que sirve para cubrir costos y gastos, inventarios de materia prima, productos en procesos y productos terminados. Esta forma de cálculo tiene de base el tiempo que dura el ciclo productivo, sólo que la cuantificación se hace estimando un número de días / costo para cada rubro de los egresos, hasta recibir ingresos por ventas suficientes para la operación normal de la empresa.

2.4.1.4. Inversión inicial general

La inversión inicial total se consolida con la suma de los activos tangibles, la inversión diferida y el capital de trabajo, cuyo monto sumado asciende a 3474000.00; cuyos resultados los podemos observar en la siguiente tabla. Ver tabla 8.

Tabla N° 08:
Inversión inicial

CONCEPTO	EFFECTIVO
Activos tangibles	2 850 000.00
Inversiones diferidas	60 000.00
Capital de trabajo	564 000.00
Inversión inicial	3 474 000.00

Nota.Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.4.2. Financiamiento del proyecto

El financiamiento del proyecto nos indica las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento y describir los mecanismos a través de los cuales fluirán esos recursos hacia los casos específicos del proyecto. Asimismo, se analizarán las condiciones financieras en que se encontrarán los créditos, así como los gastos financieros en que incurrirá la empresa.

Los recursos para cubrir estas necesidades provendrán de dos fuentes:

- Las aportaciones de capital de los socios inversionistas, de la Organización Empresarial, quienes aportarán el 40% de la inversión total. Es decir, el capital social de la empresa como inversión inicial será de 40%, considerada también como inversión fija, diferida y del capital de trabajo.
- El sistema de crédito oficial, a través de la División de Banca Comercial Nacional Financiera, la cual otorgará dos tipos de créditos: refaccionario, que es para las inversiones fija y diferida; y de habilitación o Avío, que es para sufragar el capital de trabajo de la empresa. Estos créditos cubrirán el 60% del total de la inversión total y en ese mismo porcentaje se cubrirán vía créditos las inversiones fija y diferida, así como el Capital de Trabajo.

Presentamos en el siguiente cuadro lo descrito: Ver tabla 9.

Tabla N° 09:

Financiamiento del proyecto

DESTINO/ORIGEN	Activos tangibles	Inversiones diferidas	Capital de trabajo	Total	%
Aportación social	1 140 000.00	24 000.00	225 600.00	1 389 600.00	40
Créditos	1 710 000.00	36 000.00	338 400.00	2 084 400.00	60
Total	2 850 000.00	60 000.00	564 000.00	3 474 000.00	100

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.4.3. Presupuesto de ingresos y egresos

➤ Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingreso estará en función del volumen de almacenamiento de café que se espera vender durante la vida útil del proyecto y del precio de venta del café al usuario final.

Los ingresos básicos de la empresa provienen de la venta y son resultados de multiplicar los precios de venta por la cantidad de producto a vender.

El precio de venta por kilo de café, envasado será de 10.00 nuevos soles y la producción anual de 150 000 kilos en el primer año productivo, posteriormente habrá un incremento productivo del 10%, con relación al año anterior, al cabo en el año quinto, esta producción llegará a ser de 219 615 kilogramos de café. Ver figura 10.

Tabla N° 10:
Total de ingresos por año

AÑOS	Promedio de ventas anuales por kilos	Precio por kg de café (MN)	Ingresos netos MN
1	150 000	10.00	1 500 000.00
2	165 000	10.00	1 650 000.00
3	181 500	10.00	1 815 000.00
4	199 650	10.00	1 996 500.00
5	219 615	10.00	2 196 150.00

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

➤ Estructura de costos

La estructura de costos en este proyecto está en proporción respecto al costo total de la actividad o sector de la empresa, esto debe basarse en relación a la producción, que incluyen los procesos de adquisición de materia prima, insumos, conocimientos y similares. Se debe tener en cuenta los costos fijos, para ello observamos el siguiente cuadro. Ver tabla 11.

Tabla N° 11:
Estructura de costos

Concepto de Inversión	Gastos mensuales	Gastos trimestrales	Gastos anuales
Materia prima(café)	20 000.00	60 000.00	240 000.00
Salarios y remuneraciones	19 000.00	57 000.00	228 000.00
Gastos de servicios y transporte.	7 000.00	21 000.00	84 000.00
Materiales de escritorio	1 000.00	3 000.00	12 000.00
Total	47 000.00	141 000.00	564 000.00

Nota.Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.4.4. Depreciación en línea recta

Así como los Activos tienen el potencial para generar beneficios económicos, también durante su vida útil, algunos están expuestos a depreciarse debido al tiempo de uso, considerando ciertos porcentajes que pueden determinarse como diferenciados para cada caso.

Pero no se habla de todos los Activos, sino solamente de aquellos Activos tangibles considerados como propiedades: planta de procesamiento, almacén, oficina, entre los más importantes; herramientas a utilizar para cada área de trabajo, maquinarias y equipos requeridos, en este caso son considerados comúnmente como activos fijos depreciables.

La depreciación resulta ser el desgaste que sufre un activo fijo como resultado de su uso, para ello se hacen los cálculos basados en el tiempo de duración del bien para designar los porcentajes correspondiente. Ver tabla 12.

Tabla N° 12:
Depreciación de activos fijos y diferidos

Concepto de Inversión	Vida útil (años)	Tasa Lineal	Valor de Adquisición	Cargo anual por depreciación	Valor de rescate
Activos tangibles: Terreno.	Infinito	10%	400 000.00	40 000.00	40 000.00
Obra civil	20	10%	1 200 000.00	120 000.00	120 000.00
Maquinaria y Equipo de Proceso	10	10%	700 000.00	70 000.00	70 000.00
Equipos de transporte	10	10%	450 000.00	45 000.00	45 000.00
Equipo de Oficina	10	10%	100 000.00	10 000.00	10 000.00
Sub total			2 850 000.00	285 000.00	285 000.00
Constitución legal de la empresa	10	10%	5 000.00	500.00	0
Elaboración de estudios	10	10%	30 000.00	3 000.00	0
Instalación, arranque y capacitación - personal	10	10%	20 000.00	2 000.00	0
Sub total			55 000.00	5 500.00	0
Total depreciaciones			2 960 000.00	296 000.00	285 000.00

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.4.5. Flujo neto de caja económico

A través del presente modelo podemos observar la forma como se da este flujo de caja económico, es este caso a todos los ingresos hay que restarle los egresos. Ver tabla 13.

Tabla N° 13:
Flujo de caja económico

	Año					
	2 017	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022
	0	1	2	3	4	5
Inversiones	-S/. 3 474 000.00					
Ingresos						
Ingresos de ventas		S/. 1 500 000.00	S/. 1 650 000.00	S/. 1 815 000.00	S/. 1 996 500.00	S/. 2 196 150.00
Egresos						
Gastos: materia prima		S/. 240 000.00	S/. 240 000.00	S/. 240 000.00	S/. 240 000.00	S/. 240 000.00
Gastos operativos						
Servicios y transporte		S/. 84 000.00	S/. 84 000.00	S/. 84 000.00	S/. 84 000.00	S/. 84 000.00
Sueldos/remuneraciones		S/. 228 000.00	S/. 228 000.00	S/. 228 000.00	S/. 228 000.00	S/. 228 000.00
Materiales de escritorio		S/. 12 000.00	S/. 12 000.00	S/. 12 000.00	S/. 12 000.00	S/. 12 000.00
Total gastos operativos		S/. 324 000.00	S/. 324 000.00	S/. 324 000.00	S/. 324 000.00	S/. 324 000.00
Total egresos		S/. 564 000.00	S/. 564 000.00	S/. 564 000.00	S/. 564 000.00	S/. 564 000.00
Monto total sin incluir depreciación		S/. 936 000.00	S/. 1 086 000.00	S/. 1 251 000.00	S/. 1 432 500.00	S/. 1 632 150.00
Depreciaciones						
Depreciación		-S/. 285 000.00	-S/. 285 000.00	-S/. 285 000.00	-S/. 285 000.00	-S/. 285 000.00
Ingreso monto total.		S/. 651 000.00	S/. 801 000.00	S/. 966 000.00	S/. 1 147 500.00	S/. 1 347 150.00
Impuesto 30%		S/. 195 300.00	S/. 240 300.00	S/. 289 800.00	S/. 344 250.00	S/. 404 145.00
Flujo neto incluyendo impuesto		S/. 455 700.00	S/. 560 700.00	S/. 676 200.00	S/. 803 250.00	S/. 943 005.00
Depreciación		+S/. 285 000.00	+S/. 285 000.00	+S/. 285 000.00	+S/. 285 000.00	+S/. 285 000.00
Flujo de caja económico	-S/. 3 474 000.00	S/. 740 700.00	S/. 845 700.00	S/. 961 200.00	S/. 1 088 250.00	S/. 1 228 005.00
		VANe	TIRe			
		S/. 125 658.41	11,29%			

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

La tasa de interés tomada en cuenta para el siguiente proyecto, está en base al tipo de descuento aplicado a este tipo de proyectos de inversión con riesgos similares el cual es de 10%, dentro del orden financiero.

El valor actual neto VANe es el procedimiento que nos permite calcular el valor presente de un determinado número de flujo de cajas originados por una inversión. El VANe se encuentra de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Cuando el VANe es mayor a 0, la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad. En este caso el VANe para el proyecto es de S/. 125 658.41 por lo tanto el proyecto es aceptable.

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión para un determinado proyecto, está definida con la tasa de interés o valor presente neto VAN, es igual a 0; Este cálculo se hace bajo la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

Si la TIR_e es mayor a la rentabilidad, el proyecto se acepta; en este caso la rentabilidad corresponde al 10% y la TIR_e del proyecto está en 11,29%, por lo tanto el proyecto es aceptable.

2.4.6. Flujo neto de caja financiero

A través del presente modelo podemos ver la forma como se da este flujo de caja financiero. Ver tabla 14.

Tabla N° 14:
Flujo de caja financiero

	Año					
	2 017	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022
	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja económico	S/. 3 474 000.00	S/. 740 700.00	S/. 845 700.00	S/. 961 200.00	S/. 1 088 250.00	S/. 1 228 005.00
Ingreso financiero	S 2 084 400.00	S 1 667 520.00	S 1 250 640.00	S 833 760.00	S 416 880.00	0.00
Servicio de la deuda		S 625 320.00	S 583 632.00	S 541 944.00	S 500 256.00	S 458 568.00
Interés	10%	S 208 440.00	S 166 752.00	S 125 064.00	S 83 376.00	S 41 688.00
Amortizaciones		S 416 880.00	S 416 880.00	S 416 880.00	S 416 880.00	S 416 880.00
Flujo de caja financiera	S 1 389 600.00	S 115 380.00	S 262 068.00	S 419 256.00	S 587 994.00	S 769 437.00
		VAN _f		TIR _f		
		S/. 126 236.92		12,69%		

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

En el análisis financiero, podemos determinar que el VAN_f y el TIR_f, ambos cumplen con las normas para su aceptación, el VAN_f S/. 126 236.92 es mayor a 0 y el TIR_f es mayor a la rentabilidad de 10%, con un 12,69%.

CONCLUSIONES

Luego de haber concluido con los análisis de resultados del proyecto de investigación, podemos llegar a las siguientes conclusiones:

PRIMERO. - Se realizó un estudio de mercado sobre la producción, demanda y comercialización del café a nivel internacional, nacional y local; asimismo se cumplió con los planes de mercadeo y marketing, cuyos estudios plasmados cumplen con todos los requisitos en la propuesta de negocio de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

SEGUNDO. - Se realizó un estudio técnico para la creación de la empresa procesadora y comercializadora de café, dentro de este aspecto está definido el plan operacional, considerando los aspectos sanitarios ambientales y de seguridad para la empresa, lo cual hace conocer el proceso ordenado y sistemático dentro de la empresa en creación.

TERCERO. - Según el análisis realizado en el aspecto de organización y legalización de la empresa Toma Café SAC. Se determina una sociedad anónima cerrada debido a que es la más adaptada y que los capitales están determinados conforme a la estructura del financiamiento de la banca, considerando el tipo de empresa adecuado para tal servicio.

CUARTO. - Respecto a la evaluación económica y financiera, aplicando el valor actual neto (VAN), son positivos por que el valor del VAN es mayor a 0.

$$VANe = S/ 125 658.41 > 0$$

$$VANf = S/ 126 236.92 > 0$$

Y el porcentaje de la tasa interna de retorno es mayor que el costo de oportunidad del capital o la tasa de interés del banco:

$$\text{TIR}_e = 11,29\% > 10\%$$

$$\text{TIR}_f = 12,69\% > 10\%$$

Por lo tanto, el proyecto es rentable.

QUINTO. - Los resultados de los estudios antes mencionados y su respectivo análisis hacen que:

Con el proyecto se logra cubrir la demanda de café, en el distrito de Huaranchal, en la región La Libertad.

Los estudios técnicos están de acuerdo a la nueva tecnología y normativas correspondientes.

La parte jurídica se adapta a lo normativo para la constitución de la empresa y su organización funcional.

El proyecto es medido por el VAN y por el TIR indicándonos que es rentable por cumplir con todas bases de cálculo correspondiente.

En tal sentido y acorde con todos los estudios que son óptimos y determinantes dentro de un plan de negocios, es viable la creación de la empresa procesadora y comercializadora de café en el Distrito de Huaranchal, en la Región La Libertad 2017.

A nivel internacional el café es un producto muy consumido en el mundo, su demanda es cada día más y más, las demandas y el incremento poblacional hacen que exista necesidad de abastecer con más café, por lo tanto, esto facilitaría que la exportación se haga efectivo, ya que el mercado internacional necesita de este producto para abastecerse y teniendo en cuenta los precios y calidad del producto, sería más fácil su incursión en este mercado.

SUGERENCIAS O PROPUESTAS

Habiendo concluido la investigación y en base a las conclusiones correspondientes, se determina plantear las siguientes sugerencias:

Se debe apoyar la inversión en proyectos de negocio que influyan directamente con proyecciones sociales y bien estructuradas, fiel al cumplimiento de las normativas específicas para su funcionamiento.

Que los inversionistas promuevan los planes de negocio y lo lleven a la práctica, puesto que dicho proyecto, desde el punto de vista técnico y financiero, son viables, exitosos y no representa riesgo alguno para los interesados. En sus demostraciones se sustentan y analizan para augurar el éxito del mismo.

Apoyar los proyectos de inversión basados en la industrialización de productos y de mejoras de la calidad de vida de los pueblos y comunidades abandonadas por falta de inversión.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, M.R.; Berckholtz, B.M. y Mercado, D.S. (2012). *Plan de negocios para la creación de una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Arequipa*.
- Arrestegui, P. (2014). *Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la Provincia de Chachapoyas, Departamento de Amazonas. Chiclayo*.
- Bermejo, Fabiola y Kamiche Elizabeth. (2015). *Plan de negocios para la implementación de un gimnasio exclusivo para mujeres en la ciudad de Arequipa 2015*. Perú.
- Bernal, Cesar (2000) *Metodología de la investigación para administración y economía*, Prentice Hall. Colombia.
- Café en el Perú: *Demanda, oferta y equilibrio de mercado* . (2017). Revista promotora de café.
- Carranza, Felipe y Vilca, Hernán. (2015). *Plan de negocios para la implementación de una residencia universitaria*. Trujillo.
- Chimbo, María y Morocho, Pamela. (2010). *Propuesta de un plan de negocio para la creación de un supermercado en el cantón SIGSIG*. Cuenca.
- Cortez, J. (2012). *Plan de negocio para la creación de una empresa de OUTSOURCING en la fabricación de joyería*. Trujillo.
- Díaz, M. (2016). *Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres*. Lima.
- Galiano, Oscar y Vascones, Constantino. (2011). *Plan de negocios de una empresa procesadora y distribuidora de café en forma de tableta en la ciudad de Guayaquil a desarrollarse entre el año 2010 y 2011*. Guayaquil.

García. (1994). *Introducción a la Economía de la Empresa Referente al Orden.*

Buenos Aires.

García. C. (2008). *Almacenes, Planeación, Organización y Control.* México.

Gil. (2007). *Relaciones en el Entorno de Trabajo Internacional.* Thomson:

Ediciones Spain Paraninfo S.A.

<http://www.monografias.com/trabajos58/cafe-peru/cafe-peru2.shtml>. (30 de 07

de 2017). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos58/cafe-peru/cafe-peru2.shtml>.

La página de Bedri café. (2017). *El cafeto o planta de café.*

Lozano. (2002). *Como y Donde Optimizar Los costos Logísticos.* Caracas.

Mancuso, Hugo (2001) *Metodología de la investigación.* Editorial Paidós, Buenos

Aires.

Maynard, L. (2003). *Manual de Ingeniería y Organización Industrial.* Colombia.

Quintanilla, Q. C. (2011). *Plan de negocios para una empresa comercializadora de repuestos automotrices del departamento de Guatemala.* Guatemala.

Reyes, P. (2005). *Control de la Gestión Empresarial.* Madrid.

(Thompkins, J., & Smith, J. (1988). *The warehouse management handbook.*

USA.



ANEXO 1:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTA MARÍA DE AREQUIPA



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA PROCESADORA Y
COMERCIALIZADORA DE CAFÉ EN EL
DISTRITO DE HUARANCHAL, LA LIBERTAD,
2017.**

**PROYECTO TESIS
PRESENTADO POR EL
BACHILLER:**

JOSHEP HENRY PINTO MURATTA

**PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AREQUIPA – PERÚ

2017

I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Problema

El problema de esta investigación se aborda porque en realidad no se pone el debido interés en crear empresas exportadoras o procesadoras de café que se produce en nuestra patria. No existe un apoyo central a favor del micro empresario, los costos de producción son relativamente altos, siendo su comercialización baja, en razón a que la venta se da dentro de un marco informal por parte de los intermediarios, comercializadores y exportadores.

La creación de una empresa para este producto no es fácil; los préstamos bancarios mantienen un interés alto y los requisitos para obtenerlos son múltiples. Poner en marcha una estrategia de formar empresa, busca fortalecer la posición del Perú como uno de los mejores referentes en cafés en el mundo, junto a México, Brasil, Honduras, Guatemala, Costa Rica, entre otros. A nivel mundial la crisis del mercado mundial repercute sobre la economía del campesino.

El Perú es el segundo país exportador de café orgánico a nivel mundial, más de 471 millones han sido destinados al programa de renovación de las plantaciones de café. El café nacional llega a 44 países, según datos del Ministerio de agricultura.

A nivel nacional el Perú ocupa el segundo lugar de café orgánico; gracias a las regiones productoras de Junín, Pasco, Cajamarca, Amazonas, San Martín, Puno y Cusco; los cuales permiten exportar café peruano a la Unión Europea y EE.UU.; según las proyecciones que se tiene, se prevé un incremento del 10% de ingesta de café. El Perú es un país exportador y esto se debe a los lugares que contribuyen a ello.

Nuestro país tiene la posibilidad de producir con costos más bajos, en cambio los pequeños productores tienen costos de producción altos. Los pequeños y medianos empresarios tienen pocas oportunidades de hacer empresa a pesar

que hay producción de café. La producción del café, según las empresas del rubro en el 2016. Ver figura N° 1.

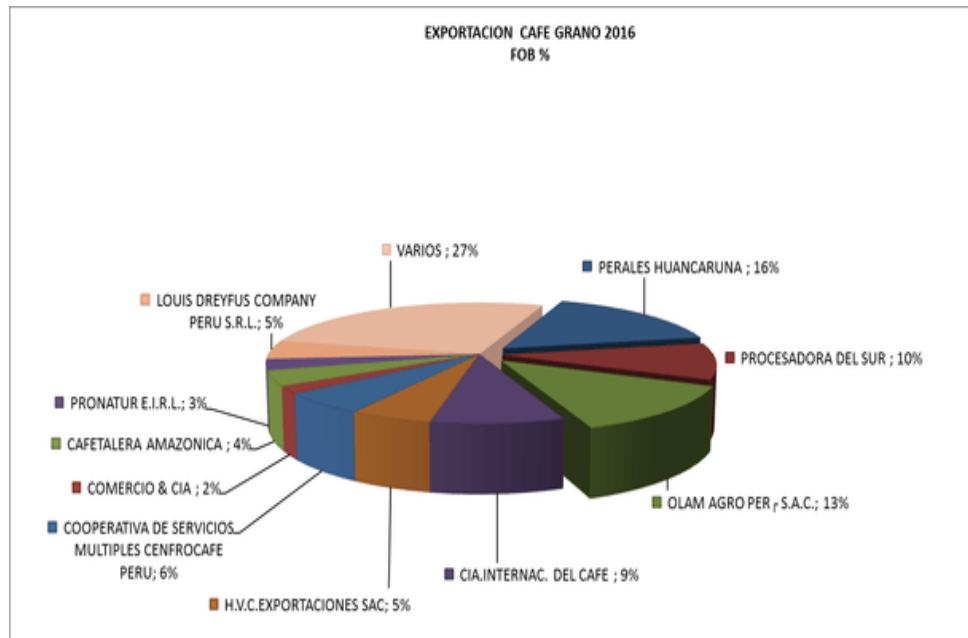


Figura N° 1: Exportación de grano de café 2016.

Fuente: FOB es un acuerdo de compraventa utilizado en el comercio internacional para referirse a las condiciones, derechos y obligaciones que existen tanto para el comprador como para el vendedor.

A nivel regional, la producción del café se centra en el distrito de Huaranchal, un poblado de 6 000 personas, muy rica en producir este producto. En la región se tiene 328,5 hectáreas de café, correspondiéndole 85 al distrito de Huaranchal; existen alrededor de 421 productores dedicados a esta actividad dentro de la región, de los cuales 384 son productores huaranchalinos, que representan el 91 % del total. Pero hasta la fecha no se ha hecho nada por industrializar el mercado con fines empresariales y aprovechar los índices productivos para crear empresas en la ciudad e ingresar al mercado nacional y de antemano internacional.

Ante esto nos vemos en la necesidad de plantearnos las siguiente interrogante: ¿Cuál es el plan de negocios para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de café en el Distrito de Huaranchal, La Libertad 2017.

1.2. Descripción

1.2.1 Campo, área y línea de acción

- a. **Campo** : Administración de empresas.
- b. **Área** : Plan de negocios
- c. **Línea** : Capital humano y las empresas

1.2.2 Tipo de problema

Para el estudio estamos considerando el tipo inductivo, debido a que la conclusión para resolver el tipo de problema está dado a través de la probabilidad, sujetándose en pruebas de disponibilidad.

1.2.3 Variables

a) Análisis de variables

Para este estudio se ha considerado la variable: Plan de Negocios – Creación de una empresa de Café. No hay una relación de variables, debido a que se trata de una investigación no experimental, transversal descriptiva. Además esta investigación se da dentro del marco cualitativo y cuantitativo.

b) Operacionalización de variables

-Indicadores

Los indicadores para esta investigación están en base a cada una de las variables aplicadas; con relación al plan de negocios

tenemos: el estudio de mercado, los aspectos técnicos, los aspectos organizacionales y legales, la evaluación económica y financiera.

Para la parte de la creación de la empresa tenemos: la denominación, visión, misión y metas concretas; Infraestructura, parte financiera y capital, estos aspectos están dentro de la planificación y organización de la creación de la empresa, motivo del estudio de esta investigación.

-Medios

Los medios a utilizar son: la parte documentaria a través de la biblioteca, internet, revistas, informes, etc. Otros medios son los programas contables para demostrar la parte financiera.

1.2.4 Interrogantes básicas

Teniendo en cuenta el estudio de la presente investigación, podemos plantear las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el plan de negocio viable para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.
- ¿Cuáles son los planes de mercadeo y marketing apropiados para definir la estrategia de negocio de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.
- ¿Cuáles son los estudios técnicos adecuados para la constitución de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

- ¿Cuáles son los aspectos organizacionales y legales necesarios para la constitución de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.
- ¿Cuál es el plan operativo que determine los procesos productivos y operacionales que lleven a optimizar los recursos de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.
- ¿Cuáles son los estudios financieros considerados para conocer la rentabilidad y viabilidad del negocio de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

1.3 Justificación

Tecnológica: Porque el estudio propone la creación de una empresa procesadora y comercializadora de café, desde un punto de vista de Plan de Negocios. Además permitirá a la empresa un mayor control y orden para lograr competitividad y una imagen de calidad de servicio. Asimismo esta empresa pretende funcionar utilizando aspectos técnicos de acorde con la tecnología moderna.

Económica: La implantación de capitales hará que la empresa se desarrolle con total tranquilidad y tenga liquidez necesaria para su ejecución y libre comercio en el mercado nacional e internacional. Los precios de mercado son competitivos y la empresa pretende mantener un equilibrio potencial durante los 5 primeros años. La validez de la evaluación económica y financiera a través del VAN y TIR, son medidas confiables para demostrar la validez del proyecto de investigación.

Educativa: La investigación puede establecer una perspectiva nueva acerca de los negocios con el fin de que si es factible hacer empresa bajo estudios establecidos y perspectivas operativas de gestión y calidad productiva. Del mismo modo la comercialización del café tiene buena aceptación a nivel internacional, en forma específica en Estados Unidos, por ello sería beneficioso por:

- Contiene una gran concentración de los antioxidantes, que contribuyen a disminuir el peligro de padecer cáncer de vejiga o hígado.
- Reduce el riesgo de padecer cirrosis.
- Es una fuente de flavonoides, que también ayudan a disminuir las probabilidades de sufrir enfermedades del corazón.
- Puede reducir considerablemente el riesgo de contraer diabetes tipo 2.
- Se asocia a un menor riesgo de Alzheimer.
- Se utiliza para tratar el asma.
- Ayuda a aliviar el dolor de cabeza y algunos tipos de migraña.
- Ayuda a reducir la aparición de cálculos biliares y enfermedades en la vesícula.
- Evita el estreñimiento y es diurético.
- Las mujeres embarazadas que beben tres tazas de café al día no están expuestas a un mayor riesgo de sufrir un parto prematuro o de dar a luz a un bebé de peso inferior a lo normal.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General.

O₁. Desarrollar un plan de negocio para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la

Región la Libertad, 2017, teniendo en cuenta los aspectos administrativos, técnicos y financieros para su viabilidad.

1.4.2. Objetivos Específicos.

O1. Elaborar un estudio de mercado y realizar un plan de mercadeo y marketing para definir la estrategia de negocio de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

O2. Desarrollar el estudio técnico para la constitución de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

O3. Desarrollar el estudio de los aspectos organizacionales y legales necesarios para la constitución de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

O4. Incorporar un plan operativo para determinar los procesos productivos y operaciones, hacia la optimización de los recursos de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

O5. Elaborar un estudio financiero a 5 años teniendo en cuenta los indicadores financieros y sus respectivas conclusiones para conocer la rentabilidad y viabilidad del negocio de la empresa procesadora y comercializadora de café en el distrito de Huaranchal en la Región la Libertad, 2017.

1.5. Marco teórico

1.5.1. Bases teóricas/conceptuales:

1.5.1.1. Plan de negocios

Para entender plan de negocios se tiene primero que tener la planeación; esta planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización (Reyes, 2013).

La planificación de negocios tiene como objetivo establecer principios básicos de programación secuencial de las actividades para cumplirlos de acuerdo a los tiempos establecidos "Determinación del conjunto de objetivos por obtenerse en el futuro y el de los pasos necesarios para alcanzarlos a través de técnicas y procedimientos definidos". (Dale, 2016).

Hace referencia que el planeamiento se conceptualiza como los fines que se plantean hacia un futuro, los cuales deben lograrse usando ciertas estrategias y procesos definidos.

"Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados". (Terry, 2014).

Además considera al planeamiento como la selección y relación de ciertas acciones consideradas con el fin de lograr resultados que se esperan en el futuro. "La planeación es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se embozan planes y programas". (Fernández, 2015).

Según el autor sobre 'la definición de planeación, dentro del proceso administrativo constituye un análisis de las experiencias y se amplian para una secuencia de planes establecidos.

"La planeación consiste en determinar los objetivos y formular políticas, procedimientos y métodos para lograrlos". (Kazmier, 2012).

Desde un punto de vista objetivo un plan de negocios es un documento escrito en donde se consigna información relevante y de manera organizada sobre un tema específico el cuál debiese permitir evaluar la factibilidad del negocio con la respectiva descripción, análisis de las perspectivas empresariales y con respuestas adecuadas en un momento específico.

Plan de negocios desde el punto de vista subjetivo se puede entender como una herramienta de trabajo ya que a partir de la elaboración se tocan temas que permiten darle vida a la idea como tal.

En tal sentido el plan de negocios debe estar debidamente estructurado y de acuerdo a un orden consignado dentro de las normas empresariales que se necesita para tal fin. Un negocio necesita de una evaluación previa y consistente.

Toda esta sistematización de las diversas teorías nos da un indicio que el sistema debe iniciarse con plantearse los objetivos, desarrollar políticas, planeamiento, procedimientos.

También es un documento donde se incluye básicamente los objetivos de tu empresa, las estrategias a para conseguirlos, la estructura de organización, los montos de inversión para invertir y poder financiar y soluciones a problemas que se puedan ocasionar.

Dentro de este contexto es necesario considerar una estructura básica:

Estructura ideológica, que viene a ser el alma de la empresa. En esta estructura se describe la idea del negocio y los objetivos que se pretenden alcanzar. En esta parte es necesario integrar el nombre de la empresa, la visión y misión, valores o reglas organizacionales, las ventajas competitivas, el compromiso, las competencias y el carácter.

Los postulados que la persona debe tener para iniciar el estudio, que tipo de negocio emprender y cuales son los objetivos que se debe alcanzar a corto, mediano y largo plazo.

Estructura del entorno, este aspecto abarca la radiografía de la industria y el mercado en qué se desarrollará la empresa. En esta consideración se toma en cuenta el análisis FODA, considerando el público como meta, la demografía de mercado, la frecuencia de mercado y estudio de competición. En este aspecto se necesita de un diagnóstico, un estudio de mercado bien concreto para planificar estrategias posteriores de logro de objetivos.

Estructura mecánica, en esta estructura se considera los objetivos de la empresa y sus estrategias para poder lograrlos; en este rubro se considera precio de producto y servicios, planes de pago, fuerza de venta, canales de distribución y canales de comunicación. Esta estructura nos indica los logros a realizar considerando el producto hasta la puesta en el mercado.

Estructura financiera, esta estructura se basa en aspectos económicos mucho más importantes y difíciles para el funcionamiento de la empresa.

Se considera los resultados pro-forma proyectado a 5 años, el balance general, flujo de caja, análisis de punto de equilibrio, análisis de escenarios y conclusiones basadas en el VAN y TIR.

Recursos humanos, de acuerdo a este aspecto se recomienda tener un organigrama con delimitación de funciones, obligaciones y responsabilidades; determinación de sueldos, estrategias de implementación, orden documentario.

1.5.1.2. Empresa

Una de las formas que tiene cualquier empresa industrial para ser más competitiva es mediante la optimización de sus procesos industriales. (Lozano, 2002) En su libro “Como y donde optimizar los costes logísticos” define “optimizar algo es conseguir los máximos objetivos con el mínimo esfuerzo”

Empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga por tanto de la organización de los factores de producción, capital y trabajo. Casa o sociedad mercantil o industrial fundada para la realización de negocios y el emprendimiento de proyectos de importancia con el principal fin de obtener utilidades positivas.

En la actualidad, cuando más competitivo y con menores márgenes, las empresas buscan ser más competitivas.

Las empresas están compuestas por un conjunto de procesos orientados a alcanzar un objetivo determinado. Para este fin se cuenta con una serie de recursos que facilitarán o dificultarán la consecución del mismo. Por lo tanto, como es de suponer, la clave reside en optimizar tanto los procesos realizados como los recursos utilizados.

En el momento actual, una forma de optimizar los procesos y aumentar la flexibilidad de la empresa, con objeto de ganar rentabilidad y capacidad para adaptarse a los cambios, es la externalización. Dentro de este contexto las empresas deben establecerse para ser eficientes y capaces, deben tener los recursos necesarios para emprender y competir en el mercado y dentro del rubro definido; hacer empresa no significa la conformación de esta sin los estudios, una empresa debe estar bien segmentada dentro de todos los parámetros normativos para su ejecución.

Asimismo existen factores importantes para poder llevar de manera óptima una empresa. Según estas recomendaciones es necesario indicar a:

- Primero, definir cómo es el perfil de actividad de cada producto.
- Evaluar si los productos están almacenados en la posición correcta dentro del espacio para obtener las mayores ventajas de las ubicaciones en que se localicen.
- Las ubicaciones de los productos son relevantes para optimizar el fácil acceso al inventario y lograr una mayor utilización de los equipos de manejo de materiales. Estas condiciones ayudan a que los productos y las herramientas se utilicen en su máxima capacidad. La evaluación correcta y oportuna de los indicadores de gestión permite que los diversos niveles de mandos directivos estén informados sobre lo que acontece en el almacén; con la correcta información se pueden tomar las medidas correctivas a cualquier inconveniente que se presente en la gestión del centro de distribución. La evaluación permanente ayuda a realizar ejercicios comparativos periódicamente de los indicadores de gestión para determinar su óptimo desempeño o si se necesitan mejoras.

Según (García (1994) en su libro “Introducción a la economía de la empresa” referente al orden expresa: “Uno de los significados de orden es la propiedad que emerge en el momento en que varios sistemas abiertos, pero en origen aislados, llegan a interactuar por coincidencia en el espacio y el tiempo, produciendo, mediante sus interacciones naturales, una sinergia que ofrece como resultado una realimentación en el medio, de forma que los elementos usados como materia prima, dotan de capacidad de trabajo a otros sistemas en su estado de materia elaborada (p.185)”.

En la actualidad la técnica de orden más utilizada a nivel industrial son las “5s”. Se basan en gestionar de forma sistemática los elementos de un área de trabajo de acuerdo a cinco fases, conceptualmente muy sencillas, pero que requieren esfuerzo y perseverancia para mantenerlas.

El método de las “5S”, así denominado por la primera letra (en japonés) de cada una de sus cinco etapas, es una técnica de gestión japonesa basada en cinco principios simples:

Seiri: Clasificación. Separar innecesarios

Seiton: Ordenar. Situar necesarios

Seisō: Limpieza. Suprimir suciedad

Seiketsu: Señalizar anomalías

Shitsuke: Disciplina. Seguir mejorando.

La aplicación de las “5S” satisface múltiples objetivos. Cada 'S' tiene un objetivo particular:

1S Eliminar del espacio de trabajo lo que sea inútil

2S Organizar el espacio de trabajo de forma eficaz

3S Mejorar el nivel de limpieza de los lugares

4S Prevenir la aparición de la suciedad y el desorden

5S Fomentar los esfuerzos en este sentido.

Por otra parte, el total del sistema permite:

- Mejorar las condiciones de trabajo y la moral del personal (es más agradable trabajar en un sitio limpio y ordenado)
- Reducir los gastos de tiempo y energía
- Reducir los riesgos de accidentes o sanitarios
- Mejorar la calidad de la producción.
- Seguridad en el Trabajo.

Este tipos de gestión contribuye a la empresa a estar inmersa dentro de la normatidad y buscando la eficiencia de la calidad de servicios, aprovechando los espacios necesarios y la idoneidad de la mano de obra para cumplir con los objetivos trazados.

El resultado se mide tanto en productividad como en satisfacción del personal respecto a los esfuerzos que han realizado para mejorar las condiciones de trabajo. La aplicación de esta técnica tiene un impacto a largo plazo. Para avanzar en la implementación de cualquiera de las otras herramientas de Lean Manufacturing, es necesario que en la organización exista un alto grado de disciplina. La implementación de las “5S” puede ser uno de los primeros pasos del cambio hacia la mejora continua.

Planificación

Según Gil (2007) sobre la planificación, indica lo siguiente: “La planificación es un proceso sistemático en el que primero se establece una necesidad y acto seguido, se desarrolla la mejor manera de enfrentarse a ella, dentro de un marco estratégico que permite identificar las prioridades y determina los principios funcionales (p. 195)”. Planificar significa pensar en el futuro, de tal manera que se pueda actuar de inmediato. Esto no quiere decir que todo vaya a surgir según el plan establecido. De hecho, no será así con toda probabilidad. Pero si se ha planificado correctamente, la posibilidad de realizar ajustes, sin comprometer las metas globales, resultará mucho más apropiada. La planificación intenta preparar el futuro racionalmente y esto supone determinar procedimientos para que resulte económica.

La planificación es una obligatoriedad en la empresa, una empresa sin planificación no tiene la formalidad del caso, por tanto existe muchas posibilidad de truncar sus perspectivas porque caería en una informalidad y aún se convertiría en algo clandestino.

Comercialización

Es la acción y efecto de comercializar, es decir poner la venta un producto o dar las condiciones y vías de distribución para su venta. También se percibe como la actividad que se realiza en comercio, como intercambio o trueque, aplicado en una persona que adquiere un producto a cambio o entrega de dinero, llegando este procedimiento a una magnitud de transacción. La comercialización

comprende un procedimiento en el cual el cliente general no ve en su totalidad siendo el comprador como parte final del proceso. Este proceso tiene que ser evaluado, analizado tomando en cuenta muchas variables para su impacto en la población.

Esta acción o actividad comercial se da en el mercado, sea este local, regional, nacional e internacional, cada empresa tiene el desarrollo para cada uno de estos estamentos, porque sus estudios de mercado llevan a concretizar hacia donde se quiere avanzar y buscar las miras de ventas dentro de un orden competitivo en los órdenes establecidos.

Almacén

Según García (2008), en su libro Almacenes, Planeación, Organización y Control, enuncia “El almacén es una unidad de servicio en la estructura orgánica y funcional de una empresa comercial o industrial con objetivos bien definidos de resguardo, custodia, control y abastecimiento de materiales y productos”

Entre los elementos que forman la estructura del sistema logístico, en las empresas industriales o comerciales, el almacén es una de las funciones que actúa en las dos etapas del flujo de materiales: el abastecimiento y la distribución física, constituyendo una de las actividades importantes para el funcionamiento de la empresa; sin embargo, muchas veces fue olvidada por considerársele como la bodega o depósito donde se guardaban los materiales que producción o ventas requería. Dentro de este orden es necesario evitar que las zonas de carga y descarga sean reducidas, porque allí se puede producir el efecto puzzle, porque para poner una mercancía se tendría que mover otra, la que determinaría una pérdida de tiempo. Asimismo también el no respetar la clasificación ABC, porque los productos que más salen cerca de la zona de carga, ya que de lo contrario implicará mayor tiempo para preparar pedidos y como consecuencia de esto, habría pérdida de tiempo.

Costo y venta

Dentro de este contexto está el desarrollo del concepto de libre mercado, debido a que los factores externos que afectan la configuración de expectativas en la toma de decisiones al tiempo de invertir, depende únicamente a la oferta y la demanda de allí que los momentos de buenas cosechas inciden directamente en el precio, lo cual puede producir pérdidas al productor, en cambio en escasez los precios alzan y aumenta el margen de ganancias al productor, aunque dentro de este aspecto sean menos inversionistas los beneficiados.

Los insumos y servicios agrícolas están desagregados en cinco estructuras de costos; tales como la mano de obra, insumos de consumo corriente, sostenimiento de la empresa en la adquisición del producto, gastos generales y de maquinarias y equipos. Estas estructuras son aplicadas en el procesos de procesamiento y comercialización de un producto.

Calidad de servicio

Según Deming (1978) el éxito de las empresa no se basa en brindar al cliente calidad y tener altos volúmenes de ventas, el éxito radica en la capacidad que posea la alta gerencia de involucrarse directamente con este proceso y asumir la responsabilidad que éste implica. Igualmente se debe tener en cuenta que la razón de ser de una organización es suministrar bienes y servicios cada vez mejores y así conseguir la lealtad de sus clientes.

La productividad y la rentabilidad de una empresa, provienen del esfuerzo de todos y de aprovechar el intelecto. La función de dirección, es velar por toda la organización, para que esta no se quede en el camino, eliminando todo tipo de barreras para que el personal desarrolle con mucho entusiasmo su tarea y alentar a cada individuo para que pueda desarrollarse como persona.

Las empresas que mejoren permanentemente son las que tienen las mejores oportunidades de supervivencia y las que ofrecen más seguridad a sus trabajadores, gerentes y accionistas. Existen instrumentos disponibles para cada

una de las personas que dirigen la empresa encaminados a la mejora empresarial. Los diagramas de control y el diseño experimental pueden ayudar a la dirección a identificar y eliminar las causas específicas, perfeccionando continuamente el proceso. Pero estos instrumentos son escasos de valor cuando la dirección se niega a cumplir con su función y cambiar el sistema de gestión, donde cada individuo y cada departamento se evalúan sobre la base de las cifras, por otro en el cual prevalezca la seguridad y se aliente al personal a prosperar y sentir entusiasmo



1.5.2. Referencias

- (Thompkins, J., & Smith, J. (1988). *The warehouse management handbook*. USA.
- Arrestegui, P. (2014). *Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la Provincia de Chachapoyas, Departamento de Amazonas*. Chiclayo.
- Bermejo, Fabiola y Kamiche Elizabeth. (2015). *Plan de negocios para la implementación de un gimnasio exclusivo para mujeres en la ciudad de Arequipa 2015*. Arequipa.
- Carranza, Felipe y Vilca, Hernán. (2015). *Plan de negocios para la implementación de una residencia universitaria*. Trujillo.
- Chimbo, María y Morocho, Pamela. (2010). *Propuesta de un plan de negocio para la creación de un supermercado en el canton SIGSIG*. Cuenca.
- Cortez, J. (2012). *Plan de negocio para la creación de una empresa de OUTSOURCING en la fabricación de joyería*. Trujillo.
- Díaz, M. (2016). *Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres*. Lima.
- Galiano, Oscar y Vascones, Constantino. (2011). *Plan de negocios de una empresa procesadora y distribuidora de café en forma de tableta en la ciudad de Guayaquil a desarrollarse entre el año 2010 y 2011*. Guayaquil.
- García. (1994). *Introducción a la Economía de la Empresa Referente al Orden*. Buenos Aires.
- García. C. (2008). *Almacenes, Planeación, Organización y Control*. México.

Gil. (2007). *Relaciones en el Entorno de Trabajo Internacional*. Thomson:
Ediciones Spain Paraninfo S.A.

Lozano. (2002). *Como y Donde Optimizar Los costos Logísticos*. Caracas.

Maynard, L. (2003). *Manual de Ingeniería y Organización Industrial*.
Colombia.

Reyes, P. (2005). *Control de la Gestión Empresarial*. Madrid.



1.5.3. Antecedentes

Galiano y Vascones (2011) en su tesis:

Plan de negocios de una empresa procesadora y distribuidora de café en forma de tableta en la ciudad de Guayaquil a desarrollarse el año 2010 y 2011, para optar el título de ingeniero comercial con mención en marketing y comercio exterior en la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, sede Guayaquil. La investigación se desarrolla siguiendo las estructuras de empresa con el fin de ordenar y ver la viabilidad de poder participar en este negocio. Las expectativas son buenas y los estudios son demostrados a través de técnicas e instrumentos para lograr los resultados. La demostración financiera se da en base al VAN y TIR, y muestra un proceso inmediato a realizar. Con dichos estudios la investigación se hace factible porque queda demostrado que todos los elementos planteados dentro de los objetivos se cumple y validan la hipótesis de estudio.

Chimbo y Morocho (2010) en su tesis:

Propuesta de un plan de negocio para la creación de un supermercado en el cantón SIGSIG", para optar el título de ingeniero comercial en la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, sede Cuenca. Esta investigación o propuesta de negocio se da en base a un problema existente comúnmente de ampliar el ámbito empresarial para la venta de productos de calidad, se estudia la posibilidad de ser factible o no, se ve la infraestructura, el plan estratégico y funcional, asimismo se aplica el grado de estudio financiero económico para demostrar la factibilidad económica. Dentro de todos los resultados se logra demostrar la factibilidad a la que es posible este negocio, considerando que las

demandas de mercado son propicias, que las evaluaciones económicas y financieras muestran un resultado positivo predecible para poner en práctica el negocio.

Díaz (2016) en su tesis:

Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres, para optar el título de master en gerencia y administración Mega 2014-II en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de Lima. En esta investigación cuyo objetivo es crear una tienda exclusiva para la venta a mujeres; detalla todas las etapas de estudio para la ejecución del plan de negocios. Los estudios de mercado, técnicos, organizativos, legales, financieros; están dentro de un orden viable para emprender la creación de este negocio. Lo fundamental en esta investigación es que muestra una estructura lógica y real para su aplicación.

Bermejo y Kamiche (2015) en tesis:

Plan de negocios para la implementación de un gimnasio exclusivo para mujeres en la ciudad de Arequipa 2015, para optar el título profesional de Administración de negocios en la Universidad San Pablo de Arequipa. Para la siguiente investigación se realizó un análisis a través del FODA, para ver el grado de afecto en forma positiva o negativa para el negocio propuesto en la investigación; también se tomó en cuenta un análisis de preferencias y plan estratégico para ver los valores y política de la empresa, así como la observación para ver la aceptación en el mercado. Posteriormente se vio la parte financiera calculando de acuerdo al estudio la necesidad de gasto, determinando el cálculo de capital y por ende se da la viabilidad para apertura porque es totalmente rentable.

Arrestegui (2014) en su tesis:

Plan de negocio para la instalación de una granja avícola en la Provincia de Chachapoyas, Departamento de Amazonas”, para optar el título de licenciado en Administración de empresas en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. El objetivo de esta tesis es instaurar un negocio diferenciado basado en las nuevas tecnologías, siendo este punto significativo para esta clase de negocios; dentro de este estudio se demuestran que siguen utilizando el método artesanal para el faenamiento de las aves y por ende se detecta defectos en el producto final por la manipulación constante del pollo, por tal motivo el análisis de proceso para la producción se puede acelerar y evitar problemas a la hora de obtener el producto final. Asimismo otro aspecto es la comercialización sin tener intermediarios y el producto final debe llegar directamente a los clientes. Se demuestra que es factible este plan de negocios aplicando un financiamiento económico y financiero. En tal sentido el negocio resulta rentable.

Cortez (2012) en su tesis:

Plan de negocio para la creación de una empresa de OUTSOURCING en la fabricación de joyería, para optar el título de Ingeniero Industrial en la Universidad Católica del Perú. La presente tesis determina las condiciones de mercado favorables para este tipo de negocio y el plan de comercialización señaló como clientes a pequeñas y medianas empresas exportadoras, la cual va acompañada por la calidad y el buen nivel de servicio. Este plan de negocios determina que la empresa debe funcionar como sociedad anónima cerrada y los análisis financieros y económicos a través de su evaluación comprueba la viabilidad de la propuesta de negocio, considerando un porcentaje promedio ponderado de capital del 16 por ciento.

Carranza y Vilca (2015) en su tesis:

Plan de negocios para la implementación de una residencia universitaria de la Universidad Privada Antenor Orrego en la ciudad de Trujillo – 2015, para optar el título de administración en la Universidad Antenor Orrego de Trujillo. Esta investigación surge por iniciativa de estudio con el fin implementar la residencia de los estudiantes de la universidad, la información al inicio fue aplicada a través de una encuesta. Dentro del plan de negocios de demostró la factibilidad comercial del servicio a través de una aceptación de servicio en el estudio de mercado, del mismo modo existe los recursos humanos capacitados para que el servicio sea eficaz; se aplicó el VAN y TIR, con lo cual la parte económica ha sido aceptable y cuya investigación demostró su grado de positivismo y es factible bajo todo punto de vista.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Hi. La creación de una empresa procesadora y comercializadora de café es viable en el Distrito de Huaranchal, La Libertad 2017.

II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1 Técnicas e instrumentos

Técnicas:

- **La técnica de análisis documental.** Este instrumento de medición es usado para la recolección de datos de las diversas fuentes documentales; llámese estas fichas textuales y/o fichas de resumen, en tal caso se acude a los documentos oficiales, textos e internet y las normas que se aplicarán para obtener los datos de los dominios de las

variables, los conceptos básicos, los principios más relevantes y los dispositivos legales.

- **La técnica de la entrevista.**- Utilizando como instrumento para recopilación de datos de campo una guía de entrevistas y recurriendo como informantes empresarios de diversos aspectos de negocio para tener bases sobre un plan de negocios aplicado dentro de nuestra región.
- **La técnica de la observación de campo.**- Para la recolección de datos de campo es necesario utilizar este instrumento, cuyo protocolo o guía de observación, es aplicable para obtener datos de los dominios de las variables con relación a las personas que forman parte de una organización comercial.

Instrumentos:

- **Fichas Bibliográficas:** Son fichas pequeñas que sirven para anotar datos de los libros, revistas, artículos, que fueron necesarios para realizar esta investigación.
- **Guía de Observación:** La guía de observación es un instrumento que orientará para la atención que se tiene al observar, y es de referencia para ciertas visitas que se pueda realizar con fines de la siguiente investigación.
- **Cuestionario:** Este instrumento está constituido por preguntas de selección múltiple para la recolección de datos. Estos instrumentos se elaborarán en base a los objetivos generales y específicos descritos para la investigación, se tomará en cuenta la parte bibliográfica para cada caso.

2.2 Estructuras de los Instrumentos

Los instrumentos a aplicar en esta investigación se secuencian en orden correlativos para cada situación; para la recolección de datos, para conseguir los resultados, el análisis de marco teórico, la aplicación de acciones para encontrar el análisis financiero y económico.

2.3 Campo de Verificación

2.3.1 **Ámbito**

Esta investigación se verificará dentro del proceso de aplicación de cada capítulo y en el lugar de desarrollo, siendo este ámbito el distrito de Huaranchal, lugar propuesto dentro del plan de negocios para la creación de la empresa.

2.3.2 **Temporalidad**

De acuerdo al cronograma establecido, se procederá a ejecutar el proyecto paso a paso, teniendo las consideraciones pertinentes en el desarrollo de cada parte estructural de la tesis.

2.3.3 **Unidades de estudio**

-Población

Para este estudio se ha tomado en cuenta la población del distrito de Huaranchal.

-Muestra

Se considera para el estudio como muestra los productores de café del distrito de Huaranchal.

2.4 Estrategia de recolección de Datos

En el proceso de datos obtenidos, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos antes mencionados, son incorporados al sistema estadístico de programas computarizados como los aplicativos de MS Office (Word y Excel), cuyas precisiones porcentuales, orden de prioridad u ordenamiento de mayor a menor, los promedios o sumas son presentados como informaciones en forma de figuras, gráficos, cuadros o resúmenes estadísticos.

En relación a las informaciones que se presentarán como figuras, gráficos, cuadros o resúmenes se formularán apreciaciones descriptivas; acerca del “análisis”, se calificarán e interpretarán (esas apreciaciones con respecto al marco referencial) y serán integradas (como promedios de promedios o de sumas de promedios de lo positivo y de lo negativo y las causas de lo negativo) que se presentarán como apreciaciones resultantes del análisis.

En las “conclusiones”; las apreciaciones resultantes del análisis directamente relacionadas con una determinada hipótesis específica se usaron como premisas para contrastar esa hipótesis específica; se procedió igual con cada una de ellas.

El resultado de la confrontar cada hipótesis específica nos dio la base para formular una conclusión parcial.

2.5 Recursos necesarios

2.5.1 Humanos

Bach. JOSHEP HENRY PINTO MURATTA

2.5.2 Materiales

Los recursos materiales para la ejecución del proyecto están en base a los siguientes rubros que se observan en la tabla 1.

Tabla N° 1:
Materiales y Equipos No Disponibles

NATURALEZA DEL GASTO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Materiales de Escritorio			
5.3.11.30	Lapicero	unidad	3
5.3.11.30	Lápiz	unidad	1
5.3.11.30	Borrador	unidad	1
5.3.11.30	Resaltador	unidad	2
5.3.11.30	Libreta de Apuntes	unidad	2
5.3.11.30	Hojas Bond A4	millar	4
Suministros de Cómputo			
5.3.11.51	Memoria USB Kingston	unidad	1
5.3.11.30	Tinta para impresora	unidad	3
Equipos			
5.3.11.51	Laptop	unidad	1
5.3.11.51	Impresora	unidad	1
Mobiliario			
5.3.11.51	Escritorio de trabajo	unidad	1
Servicios			
5.3.11.37	Acceso a internet	hora	250
5.3.11.37	Fotocopias	unidad	500
5.3.11.20	Movilidad	unidad	80
5.3.11.57	Telefonía	# de recargas	04

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.5.3 Financieros

Los recursos financieros están dados según detalles inscritos en la tabla 2.

Tabla N° 2:
Recursos financieros

NATURALEZA DEL GASTO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO / UNIDAD (S/.)	SUB TOTAL (S/.)
Materiales de Escritorio					
5.3.11.30	Lapicero	unidad	3	S/. 0.50	S/. 1.50
5.3.11.30	Lápiz	unidad	1	S/. 1.00	S/. 1.00
5.3.11.30	Borrador	unidad	1	S/. 1.00	S/. 1.00
5.3.11.30	Resaltador	unidad	2	S/. 1.50	S/. 3.00
5.3.11.30	Hojas Bond A4	millar	4	S/. 25.00	S/. 100.00
5.3.11.30	Libreta de Apuntes	unidad	2	S/. 5.00	S/. 10.00
Sub total 1					S/. 116.50
Suministros de Cóputo					
5.3.11.51	Memorias USB	unidad	1	S/. 45.00	S/. 45.00
5.3.11.30	Tinta para impresora	unidad	3	S/. 35.00	S/. 105.00
Sub total 2					S/. 150.00
Equipos					
5.3.11.51	Laptop	unidad	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
5.3.11.51	Impresora	unidad	1	S/. 250.00	S/. 250.00
Sub total 3					S/. 1,750.00
Mobiliario					
5.3.11.51	Escritorio de trabajo	unidad	1	S/. 150.00	S/. 150.00
Sub total 4					S/. 150.00
Servicios					
5.3.11.37	Acceso a internet	hora	250	S/. 1.00	S/. 250.00
5.3.11.37	Fotocopias	hoja	500	S/. 0.05	S/. 25.00
5.3.11.20	Movilidad	pasaje	80	S/. 5.00	S/. 400.00
5.3.11.57	Telefonía	Recargas	04	S/. 5.00	S/. 20.00
Sub total 5					S/. 695.00
Sub total 1					S 116.50
Sub total 2					S/. 150.00
Sub total 3					S/. 1 750.00
Sub total 4					S/. 150.00
Sub total 5					S/. 695.00
TOTAL GENERAL					S/. 2 861.50

Nota. Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta.

2.6 Cronograma

El cronograma para la elaboración, se detalla en la tabla 3.

Tabla N°3:

Etapas para la elaboración de proyecto de investigación

ETAPA	Abril	mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Responsable
1. Elaboración del proyecto tesis: Diagnóstico, Recolección de información, análisis.								Investigador
2. Presentación del proyecto tesis.								Investigador
3. Aprobación del proyecto tesis.								Investigador
4. Ejecución del proyecto de investigación								Investigador
5. Elaboración del informe tesis								Investigador
6. Aprobación del informe tesis								Investigador
7. Sustentación de tesis								Investigador

Nota.Fuente: Instrumento aplicado para la investigación. Autor: Joshep Pinto Muratta

Anexo 2: Cuestionario

(Aplicación de encuesta: Anónima)

OBJETIVO: Obtener información sobre una necesidad de crear una empresa.

INDICACIONES: Marque con una X, en el recuadro de la derecha de cada afirmación. Para cada una de ellas tendrás 2 alternativas.

1. Si
2. No

N°	Ítems	1	2
01	¿La ciudad de Huaranchal se dedica a la agricultura?		
02	¿Los pobladores se dedican al criado de animales?		
03	¿La ciudad es considerada productora de granadilla y café?		
04	¿Existen empresas dedicadas al procesamiento de la granadilla?		
05	¿Existen empresas dedicadas al procesamiento del café?		
06	¿Cree que una empresa elevaría el nivel cultural de la ciudad?		
07	¿Considera que la ciudad debe mejorar?		
08	¿Le gustaría que se creará en la ciudad una empresa?		
09	<p>¿Qué tipo de empresa le gustaría que se creara en la ciudad de Huaranchal?</p> <p>a) Una empresa cafetera.</p> <p>b) Una empresa ganadera.</p> <p>c) Una empresa de granadillas.</p> <p>d) Una empresa agrícola.</p>		

Nota. Elaboración propia del investigador.

La presente se mantendrá en el anonimato y reserva.

Gracias por su participación

Anexo 3: Ficha bibliográfica

(Recolección de información para la investigación)

Autor:	Año:
Título:	
Ciudad:	
País:	
Resumen de contenido:	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
Observación:	
.....	
.....	
.....	

Nota: Uso exclusivo para el investigador.

Anexo 4: Guía de observación

(Recolección de información para la investigación)

Lugar:				
Evaluar aspectos que ayuden a realizar la investigación				
Objetivo: Observar aspectos que ayuden a complementar la investigación.				
N°	Aspectos a evaluar	Si	No	Observaciones
01	La ciudad de Huaranchal es considerada como productora de café.			
02	El porcentaje de café producido es aprovechado en su totalidad por los productores.			
03	Existe infraestructura apropiada en la ciudad para poder organizar y crear una empresa.			
04	La ciudad es considerada como una organización desarrollada.			
05	El estado invierte en crear empresas de acuerdo a la ciudad en producción.			
06	Los agricultores tienen una visión empresarial.			
07	Existe necesidades de progreso del pueblo.			
08	Los pobladores son gente muy amable.			
09	Los pobladores son persona luchadoras y emprendedoras.			
10	La ciudad es considerada una población conflictiva.			

Nota: Uso exclusivo para el investigador.

Anexo 5: Resultados de la encuesta

N°	Total, encuestados: 50 personas	Si	No
	Ítems		
1	¿La ciudad de Huaranchal se dedica a la agricultura?	30	20
2	¿Los pobladores se dedican al criado de animales?	29	21
3	¿La ciudad es considerada productora de granadilla y café?	49	1
4	¿Existen empresas dedicadas al procesamiento de la granadilla?	3	47
5	¿Existen empresas dedicadas al procesamiento del café?	0	50
6	¿Cree que una empresa elevaría el nivel cultural de la ciudad?	48	2
7	¿Considera que la ciudad debe mejorar?	50	0
8	¿Le gustaría que se creará en la ciudad una empresa?	50	0
9	¿Qué tipo de empresa le gustaría que se creara en la ciudad de Huaranchal?	Cantidad	%
	a) Una empresa cafetera.	36	72%
	b) Una empresa ganadera.	2	4%
	c) Una empresa de granadillas.	10	20%
	d) Una empresa agrícola.	2	4%

Nota. Elaboración propia del investigador.