

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de café orgánico
en San Ignacio, Cajamarca para su exportación a los Ángeles, EE-UU 2022**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Ghiara Abigail Siesquen Montalvan

ASESOR

Jorge Augusto Mundaca Guerra

<https://orcid.org/0000-0002-6793-3257>

Chiclayo, 2023

Dedicatoria

A mis padres Doris Montalván, Edwin Siesquen y mi abuelo Teodoro Siesquen quienes me han brindado apoyo durante todos estos años, me enseñaron a ser perseverante, firme y constante, sobre todo por el amor, cariño y paciencia que me han brindado, por confiar en mis decisiones y apoyarme en cada paso que doy. A mis hermanos Diego y Milán por darme ánimos, por último, a mi gran amigo Teddy Chiarot quien me apoyo en este proceso de mi carrera, con sus consejos me ha logrado encaminar en mi carrera.

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios por cuidarme y ayudarme a encontrar grandes personas en mi vida, así mismo, quiero expresar mi gratitud a la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, por brindar una formación académica de calidad, así como su formación en valores, a mi asesor Jorge Mundaca Guerra quien me apoyó con sus consejos, sus experiencias en el sector, dándome una mejor noción del campo laboral.

FILTRO FORMULACION

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	1%
2	1library.co Fuente de Internet	1%
3	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	cafecomerciointernacional.wordpress.com Fuente de Internet	1%
6	empleodehoy.blogspot.com Fuente de Internet	1%
7	es.wikipedia.org Fuente de Internet	1%
8	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	core.ac.uk Fuente de Internet	

Índice

Resumen	11
Abstract.....	12
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	13
1.1.Introducción.....	13
1.2. Situación problemática del proyecto seleccionado:	14
1.3.Formulación del problema:.....	15
1.4. Justificación:.....	15
1.5 METODOLOGÍA.....	15
1.5.1 Diseño de la investigación:.....	15
1.5.2. Línea de investigación:.....	15
1.5.3 Objetivos:	15
CAPÍTULO II: RESULTADOS.....	24
2.1 Árbol del problema.....	24
2.2 Modelo de Negocio: MODELO CANVAS.....	25
2.3 Análisis del entorno - Plan Estratégico	26
2.3.1. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	26
2.3.2. La Industria o Sector - Análisis del micro entorno	26
2.3.3. Análisis del macro entorno- Matriz SEPTED	28
2.4. Cadena de valor de la empresa o sector.....	32
2.5.FODA	33
2.6. Viabilidad estratégica	34

2.6.1. Análisis Matricial	35
2.7. Principios axiológicos	40
CAPÍTULO III. Estudio de Mercado	41
3.1. Determinación de la viabilidad del estudio de mercado.....	41
3.1.1.Segmentación del mercado.....	41
3.1.2.Variables del mercado del consumidor	41
3.1.3.Variables del mercado competidor.....	42
3.1.4. Variables del mercado de distribución	42
3.1.5. Demanda:.....	42
3.1.6.Mercado Potencial:	42
3.1.7.Demanda de mercado:	43
3.1.8. Oferta de mercado	44
3.1.9. Mercado objetivo.....	45
CAPÍTULO IV. Estudio Técnico:	50
4.1.CAPACIDAD O TAMAÑO DEL PROYECTO:	50
4.2.TAMAÑO DE MERCADO OBJETIVO Y CANTIDAD DEMANDADA	50
4.3.Producto (Diseño):.....	51
4.4. Producto calidad: Ficha técnica.....	52
4.5. Producto (diseño):	53
4.6. PRODUCCIÓN	55
4.7. Determinación de la estructura de la inversión	62
CAPÍTULO V. Estudio organizacional.....	64
5.1.MODELO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	64
5.2. Manual de organización y funciones.....	65

5.3. Estrategias de reclutamiento, selección, inducción, integración, desarrollo y retención del capital humano.....	66
5.3.1.Estrategia de reclutamiento	66
5.3.2.Estrategia de selección	66
5.3.3.Estrategia de inducción e integración.....	66
5.3.4.Estrategia de desarrollo	66
5.3.5. Retención del capital humano	66
5.4. ESTRATEGIAS DE ADMINISTRACIÓDE PERSONAL (Relacionado al Plan Estratégico de la Institución y Desarrollo del Trabajador).....	67
5.4.1.Plan de Motivaciones: reconocimientos, delegación, autonomía, participación accionaria.....	67
CAPÍTULO VI. Estudio económico y financiero	73
VII. Conclusiones y recomendaciones	82
Referencias	84

Lista de tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	17
Tabla 2: Matriz EFI	34
Tabla 3: Matriz EFE	35
Tabla 4: FODA Cruzado.....	37
Tabla 5: Plan de mercadeo de corto, mediano y largo plazo	46
Tabla 6: :Ficha técnica del producto.....	52
Tabla 7: Diagrama de flujos del proceso administrativo:.....	53
Tabla 8: Diagrama de procesos productivos de la planta procesadora de café orgánico	54
Tabla 9: Matriz OMEIN	57
Tabla 10: Implementos de seguridad.....	68
Tabla 11: Matriz OMEIN	69
Tabla 12: Balance inicial	73
Tabla 13: Balance proyectado	73
Tabla 14: Presupuesto de costos y gastos	74
Tabla 15: mano de obra	74
Tabla 16: Mano de obra indirecto.....	74
Tabla 17: Costos indirectos de fabricación.....	74
Tabla 18: Costos indirectos anuales	74
Tabla 19: Materia prima	74
Tabla 20: Costos de producción anuales	74
Tabla 21: Gastos administrativos	75
Tabla 22: Otros gastos administrativos	75
Tabla 23: Gastos administrativos anuales	75
Tabla 24:Gastos de ventas	75

Tabla 25: Gastos de envíos.....	76
Tabla 26: Gastos de ventas anuales	76
Tabla 27: Flujo de ingresos	76
Tabla 28:Flujo de capital	76
Tabla 29: Estado de resultados	77
Tabla 30: Flujo de caja	77
Tabla 31: Flujo operativo y económico.....	77
Tabla 32: Flujo de servicio a la deuda.....	78
Tabla 33: Flujo de caja financiero	78
Tabla 34: Inversión y flujos de inversión	78
Tabla 35: Activos intangibles y amortización	79
Tabla 36: Capital de trabajo operativo	79
Tabla 37: Inversión total.....	79
Tabla 38: Financiamiento	79
Tabla 39:Cálculo del costo de oportunidad del inversionista (cok)	80
Tabla 40: Cálculo del costo promedio de capital (CPPC)	80
Tabla 41: Evaluación	80
Tabla 42: Análisis de sensibilidad	80
Tabla 43: Punto de equilibrio	80
Tabla 44: Análisis de riesgo	81

Lista de figuras

Figura 1: Consumidores de café orgánico por edades	28
Figura 2: PBI mensual de Perú	29
Figura 3: PBI de Estados Unidos.....	29
Figura 4: Cadena de valor de la empresa o sector	32
Figura 5: Análisis matricial	36
Figura 6: Demanda de café orgánico.....	42
Figura 7: Total de exportaciones durante el 2012-2019.....	43
Figura 8: Destinos de exportación de café orgánico.....	44
Figura 9: Oferta del mercado de café orgánico	44
Figura 10: Cooperativa cafetaleras.....	45
Figura 11: Área geográfica de la provincia de San Ignacio	50
Figura 12: Cadena de suministros	56
Figura 13: Flujograma de creación de la empresa.....	72

Resumen

Este estudio está enfocado en un proyecto de inversión privada para la construcción de una planta procesadora de café orgánico en la provincia de Cajamarca, distrito de San Ignacio, quien tiene un fin de exportación a Los Ángeles de los EE. UU. Este proyecto está desarrollado para las empresas privadas dedicadas a la comercialización y distribución de café de alta calidad, ya que, por las variaciones que existen en el mercado, este tipo de producto está desarrollando una demanda considerable a nivel mundial. En el análisis de evaluación se ha determinado que la inversión total del proyecto es de S/. 2,474,389.75 de lo cual S/. 618,597.44 representado por un 25% será financiado por un préstamo bancario. Por último, mediante los indicadores financieros se ha logrado obtener que el VAN económico es de S/. 2,153,404.23 y un VAN financiero de S/. 2,481,971.67, indicando que el proyecto es totalmente rentable

Palabras clave: Café orgánico, Planta, Exportación,

Abstract

This study is focused on a private investment project for the construction of an organic coffee processing plant in the province of Cajamarca, district of San Ignacio, who has an export purpose to Los Angeles in the USA. This project is developed for private companies dedicated to the commercialization and distribution of high-quality coffee, since, due to the variations that exist in the market, this type of product is developing a considerable demand worldwide. In the evaluation analysis, it has been determined that the total investment of the project is S/. 2,474,389.75 of which S/. 618,597.44 represented by 25% will be financed by a bank loan. Finally, through financial indicators it has been possible to obtain that the economic NPV is S/. 2,153,404.23 and a financial GO of S/. 2,481,971.67, indicating that the project is fully profitable

Keywords: Organic coffee, Plant, Export

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

1.1.Introducción

Tras los últimos años se ha constatado que las personas son cada vez más minuciosas en entender lo que están adquiriendo, y tienden en optar por productos eco amigables que no solo cuiden su bienestar, sino que a la vez protejan el ambiente. Cuando se habla de café orgánico se hace referencia a un café con cultivo especial, este tipo de café cuenta con cuidados muy diferenciados a los cultivos tradicionales, ya que, está libre de agroquímicos, pesticidas, herbicidas, etc. Así mismo, este es cultivado en la sombra de árboles frutales con gran altura, los cuales aportan en la proporción de humedad ayudando a que la producción de café tenga mayor calidad. “El café orgánico es uno de los productos más solicitados en el mercado de productos orgánicos, creciendo entre 10% y 30% anual desde la década de 1990” (Vigo, 2017).

A nivel mundial el consumo de café ha cambiado significativamente, aumentando el consumo en los diversos países, para lo cual, este producto debe pasar por un proceso, que avale las características organolépticas de los cultivos, haciendo uso de técnicas ecológicas (Vigo, 2017). Apeña & Zarpan, (2020) señalaron que el café orgánico, es uno de los productos más requeridos en EE.UU. Según Mincetur (2018) mencionó que EE. UU produce este tipo de café, pero en muy pocas cantidades, el cual es equivalente al 1%, esto se debe, a la falta de las condiciones apropiadas para el cultivo de café orgánico, en EE. UU el 62% de las personas consume café obteniendo un promedio de tres tazas al día, para muchos estadounidenses el consumo de café es un ritual matutino, por lo cual es un mercado potencial para exportar café orgánico.

En relación a la oferta, Euromonitor International (2019) señala que la empresa que más importa café es Nestlé S.A (64,37%), en segundo lugar, es tomado por Altomayo Perú Sac (20,27%). Exportadora Romex SA y Corporación PERHUSA (Altomayo). La mayor parte de los competidores fabrican café instantáneo y no café para filtrar. El 70% del café que emplean para procesar es importado. El 28% de lo importado está formado de pepas de descarte y un 2% de la oferta mantiene un cierto porcentaje de calidad (Euromonitor, 2019).

La demanda insatisfecha a la cual se va dirigir el estudio es Los Ángeles-EE. UU que, según la CNS, (2020) la ciudad de Los Ángeles es el segundo municipio más grande cuenta

con 3,792,621 habitantes, el consumo de café es de 3,7 kilos/año por persona (Mena, 2021). Magali (2019) en su estudio “El mercado de café tostado en EE. UU, explica que el 45% de la población de Los Ángeles consume café especial, así mismo, se menciona, que la mayor demanda en consumo de café orgánico, son personas de la generación Millennials, ya que constantemente buscan café de alta calidad y sobretodo eco amigables. La Oficina de comercio del Perú en Los Ángeles (2017), señaló que la exportación logró alcanzar los 67.5 millones de dólares, donde la zona con mayor nivel de producción y exportación fue la provincia de Cajamarca, el cual da origen a promocionar sus múltiples ejemplares que tiene el café orgánico peruano (Apeña & Zarpan, 2020).

Por otro lado, Perú, es catalogado como segundo productor y exportador de café orgánico, en el 2018 exportó US\$ 67.5 millones en café orgánico a Estados Unidos, obteniendo un incremento del 11% en comparación con el 2017, lo cual, ha permitido, ubicar al Perú como uno de los principales exportadores de café orgánico a Estados Unidos (Andina, 2019). Así mismo, las exportaciones de café orgánico en el 2020 alcanzaron los 648.2 millones de Dólares, en la que, mantuvieron como destinos principales EE. UU, Alemania, Bélgica y España (El Peruano, 2021).

Por otro lado, en Perú se han cultivado 425,400 hectáreas de café en 450 distritos, 95 provincias y 15 regiones del país. Entre las siete principales se encuentra Cajamarca, en la cual sus principales productores de café orgánico son Jaén, San Ignacio, Chirinos, así mismo, las siete principales regiones productoras de café son: Cajamarca, Cusco, Amazonas, Junín, San Martín, (El Peruano, 2021). Por último, la pregunta de investigación quedaría formulada de la siguiente manera: ¿Qué tan viable es el proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de café orgánico en san Ignacio, Cajamarca para su exportación a estados unidos 2022?

1.2. Situación problemática del proyecto seleccionado:

La nueva demanda de productos orgánicos peruanos tras participar y ganar un evento internacional necesita tener una mejor cobertura, haciendo una tabulación piloto con datos del Trade Map y la evolución de las exportaciones de café orgánico en Perú se estima exportar 45 mil quintales de café orgánico al mercado de Los Ángeles, para esto se planteó un

proyecto de inversión privado para la instalación de una planta productora y comercializadora de café orgánico con fines a la exportación a Los Ángeles- EE.UU, 2022

1.3. Formulación del problema:

¿Qué tan viable es el proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de café orgánico en San Ignacio, Cajamarca para su exportación a Estados Unidos 2022?

1.4. Justificación:

Lo que se pretende desarrollar es una planta procesadora y exportadora de café orgánico. Esta se hará para procesar un producto que será entregado a un consumidor final, se pretende desarrollar una planta que asegure la calidad del cultivo orgánico, hasta el procesamiento del tostado y molido del café para pasar.

A quienes va dirigido a personas que quieran emprender planes de negocio, a distribuidoras y comercializadoras de café orgánico, empresas privadas, que busquen café de calidad, también se involucran a mercados que demandan el café orgánico y para los cuales la calidad entregada debe ser de excelencia.

1.5 METODOLOGÍA

1.5.1 Diseño de la investigación:

El proyecto de inversión desarrolla un tipo de investigación proyectiva, explica modelos que den solución a necesidades específicas de la sociedad, organización, entorno o dominios de conocimiento específicos, mirando al futuro de cada contexto ya través de su análisis contextual. El método científico del análisis a la predicción (Rodríguez, 2020).

1.5.2. Línea de investigación:

Desarrollo e innovación agrícola, alimentaria.

1.5.3 Objetivos:

Objetivos generales:

- Determinar la viabilidad del proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de café orgánico en San Ignacio, Cajamarca para su exportación a California - Estados Unidos 2022.

Objetivos específicos:

- Determinar el modelo de negocio del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad estratégica del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad del mercado del proyecto de inversión
- Determinar la viabilidad técnica del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad organizacional del proyecto de inversión
- Determinar la viabilidad del proyecto a partir de un análisis económico-financiero.

Tabla 1: Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	Modelamiento	<p>IDEA</p> <p>PROBLEMA CENTRAL</p> <p>MODELO DE NEGOCIO</p>	<p>PROBLEMA DE MERCADO</p> <p>OFERTA DE VALOR EMOCIONAL Y RACIONAL</p>	<p>Árbol de Problemas</p> <p>Modelo CANVAS</p>
	PLAN ESTRATÉGICO	<p><u>ENTORNO EMPRESARIAL:</u></p> <p>ANÁLISIS DEL SECTOR</p> <p>FODA</p> <p>ESTRATEGIAS COMPETITIVAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● COSTOS Y PRECIOS ● DIFERENCIACIÓN ● ENFOQUE SEGMENTO <p>VENTAJAS COMPETITIVAS: (EFICIENCIA, EFICACIA, CALIDAD, INNOVACIÓN)</p> <p>PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS:</p> <p>VISIÓN</p> <p>MISIÓN</p> <p>VALORES</p> <p>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</p>	<p>Viabilidad estratégica del Sector</p> <p>Competitividad del Sector</p> <p>Objetivos, metas y estrategias genéricas</p>	<p>Cadena de valor de Porter</p> <p>Diamante de Porter</p> <p>Matriz SEPTE</p> <p>FODA Cruzado</p> <p>Matriz EFI</p> <p>Matriz EFE</p> <p>Matriz de Perfil competitivo</p> <p>Axiología de la Empresa</p>

	ESTUDIO DE MERCADO	Plan de marketing Estratégico: SEGMENTACIÓN DE MERCADO	DESCRIPTORES: Nivel socioeconómico / Estilos de Vida Ubicación Beneficio Buscado (necesidad)	Matriz de segmentación
		INVESTIGACIÓN DE MERCADO: DEMANDA / OFERTA Mercado Consumidor Mercado Competidor Mercado Productos sustitutos Mercado productos Complementarios	Mercado Objetivo Necesidad Ingresos Gastos Pronósticos Y Otras variables de Mercados Población, Muestra y Muestreo	Metodología de Investigación de Mercados Variables Estudio de Mercado con información secundaria
		Plan de Marketing Operativo MEZCLA COMERCIAL	Objetivos, Metas y Estrategias De corto y mediano – largo plazo	

		<p>Plan de Marketing Estratégico: PLAN DE POSICIONAMIENTO</p>	<p>(Factores críticos de éxito) Ventajas competitivas a desarrollar con: Definición del producto Definición del precio Definición demanda objetivo Estrategia comercial: 4 ps</p>	<p>Matriz OMEIN Plan MKT Plan de Posicionamiento</p>
--	--	---	--	--

		LOCALIZACIÓN	Ubicación	Matriz localización
		PRODUCTO	Requerimientos técnicos para el producto Satisfactor de la necesidad	Casita de la Calidad QFD
		PROCESOS	Tecnología de los procesos / operaciones	Diagrama de Flujos
		CALIDAD Y SU CONTROL	Indicadores del Producto y del Proceso	ficha técnica producto y procesos
	ESTUDIO TÉCNICO	MANO DE OBRA EN OPERACIONES	Condiciones de Trabajo	Diseño del Trabajo
		CAPACIDAD DEL NEGOCIO	Capacidad teórica o instalada	Mercado Objetivo
		CADENA DE SUMINISTRO Y LOGÍSTICA INTEGRAL	Factores clave de desempeño	Plan de Aprovechamiento: proveedores, compras, inventarios, almacenes Mapeo procesos logísticos
		- Flujo Materiales - Flujo Información - Flujo Dinero - Flujo de Conocimiento		Objetivos del Servicio
		EQUIPOS / MAQUINARIA	Fiabilidad	

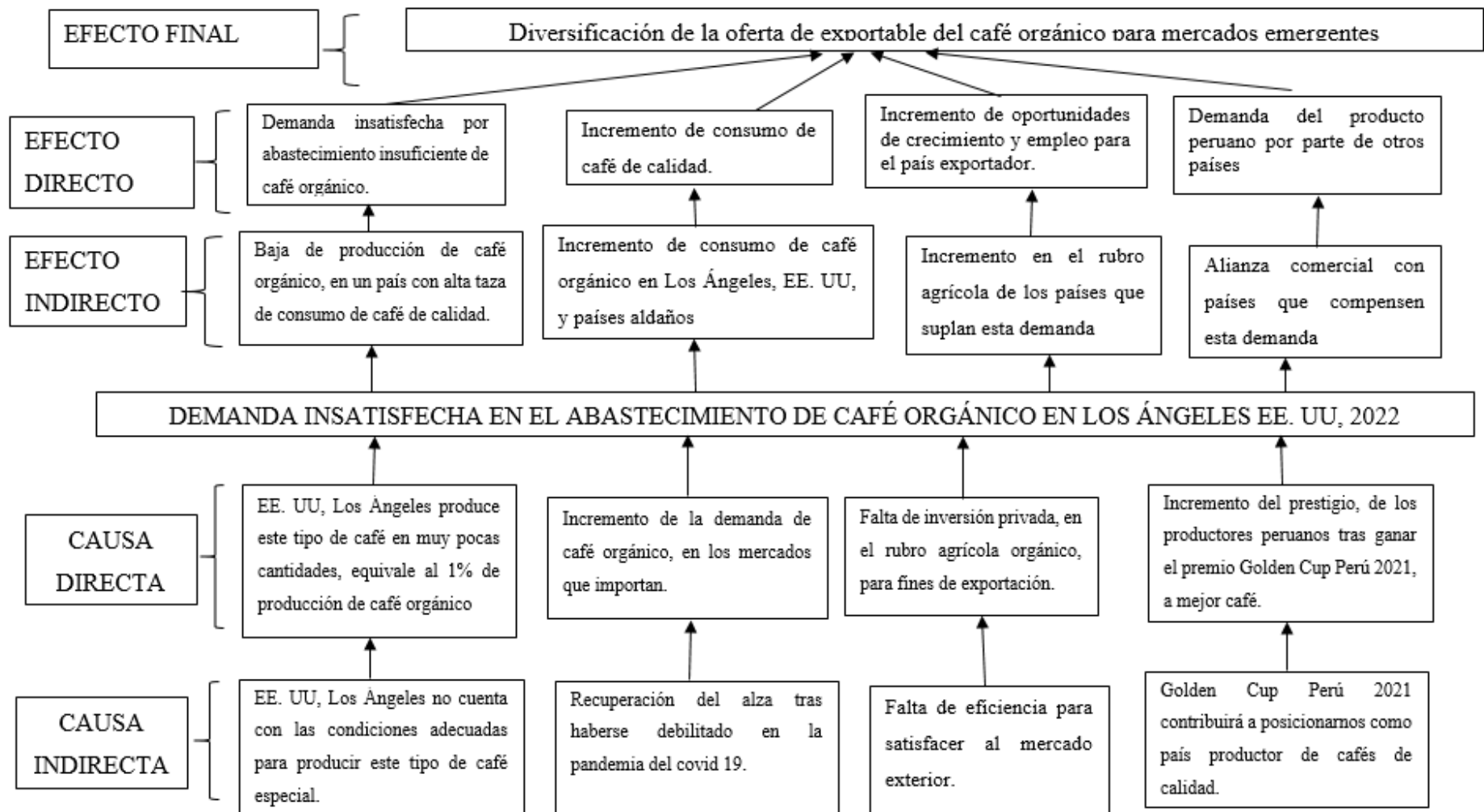
		<p>Estimación de Costos y Presupuestos de Operaciones</p> <p>Plan de Operaciones (5P OPERACIONES)</p>	<p>Mantenimiento Tecnología</p> <p>Ventas, Producción, Gastos Generales</p> <p>Objetivos, Metas y Estrategias</p> <p>De corto y mediano – largo plazo</p>	<p>Contabilidad Gerencial</p> <p>Matriz OMEIN Estudio Técnico</p>
		<p>Aspectos ambientales, impactos ambientales aspecto legal</p>	<p>Objetivos, Metas, Estrategias y Presupuesto</p>	

	<p>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</p>	<p>Modelo Organizacional</p> <p>Estructura Orgánica</p> <p>Talento Humano - Gestión del conocimiento</p> <p>Plan Organizacional</p>	<p>Funcional o matricial</p> <p>Por producto o por proceso</p> <p>Indicadores gestión del talento humano: Reclutamiento Selección Integración Medición desempeño</p> <p>Política de incentivos</p> <p>Delegación</p> <p>Reconocimiento</p> <p>MOF ROF</p> <p>Objetivos, Metas y Estrategias</p>	<p>Cultura O., Tamaño y Producto de la Empresa</p> <p>Organigrama</p> <p>Herramientas de la Dirección de Personas</p> <p>Matriz OMEIN Organizacional</p>
--	-------------------------------	---	---	--








	<p style="text-align: center;">ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO</p>	<p style="text-align: center;">Estudio económico y financiero</p> <p style="text-align: center;">Diseño estratégico Económico y Financiero</p> <p style="text-align: center;">Evaluación Económica y Financiera (Análisis de sensibilidad y Análisis de escenarios / riesgos)</p>	<p style="text-align: center;">Estructura Económica y financiera</p> <p style="text-align: center;">Objetivos Metas y Estrategias</p> <p style="text-align: center;">VAN E/F TIR E/F B/C</p> <p style="text-align: center;">Periodo Recuperación del capital Punto de Equilibrio</p>	<p style="text-align: center;">Balance de Apertura Presupuestos Estado GG y PP proyectados Flujo de Caja</p> <p style="text-align: center;">Apalancamiento operativo y Financiero</p> <p style="text-align: center;">Viabilidad Económico y Financiero (del Proyecto)</p> <p style="text-align: center;">Análisis de Sensibilidad y de Riesgo</p>
--	--	---	--	---

CAPÍTULO II: RESULTADOS

2.1 Árbol del problema



2.2 Modelo de Negocio: MODELO CANVAS

<p>Socio Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> *Agricultores de café orgánico *Bancos para el financiamiento *Proveedores de: Maquinaria *Productores en procesos de tostar torrefacción y empaque *Operadores logísticos y sociedades de comercialización internacional *Clientes importadores de café en el país de destino *Construcción de la planta Certificadores de siembra orgánica 	<p>Actividad Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> *Certificación orgánica *Controles de calidad del café en grano *Capacitaciones constantes para con los agricultores. *Establecer relaciones comerciales a largo plazo *Implementaciones de nuevas tecnologías para la mejora de los procesos. 	<p>Propuesta de valor </p> <p>Propuesta emocional:</p> <p>Beneficio de contar con un producto orgánico generador de sensaciones y experiencias agradables en quienes lo consumen.</p> <p>Propuesta racional:</p> <p>Creación de una planta procesadora de café orgánico de primera calidad para ser exportado, ofreciendo un producto de consumo y de gran demanda.</p>	<p>Cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> *Vínculos de confianza *Soporte técnico en el producto *Seriedad en la oferta *Cumplimiento en el programa de exportación con la finalidad de garantizar los tiempos de entrega. *Profesionalismo y ética en el manejo de la etapa de los procesos. *Garantía de la certificación de calidad del café orgánico. 	<p>Segmento del cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> *Dirigido a mercados importadores (Los Ángeles) *Empresas privadas dedicadas a la distribución y comercialización del café orgánico.
<p>Estructura de costos </p> <ul style="list-style-type: none"> *Costos operativos <ul style="list-style-type: none"> *Costos de financiamiento *Costo de materia prima *Costos administrativos *Costos fijos *Costos de infraestructura y mantenimiento 			<p>Fuentes de ingreso </p> <ul style="list-style-type: none"> * Proveeduría a los importadores extranjeros comercializadores y distribuidores de café orgánico. *Alianzas con empresas importadoras de café orgánico 	

2.3 Análisis del entorno - Plan Estratégico

2.3.1. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

- Diferenciación

El café orgánico es un producto respetuoso con el medio ambiente, puesto que, a diferencia del café tradicional, este cuenta con un cultivo y procesamiento diferente, el café orgánico es un producto libre de agroquímicos, y pesticidas, por lo cual, está expuesto a un tratamiento diferente, incluso al momento de cosechar este tipo de café, se tiene que establecer técnicas delicadas para la extracción, así mismo, el proceso diferencial, produce que este café tenga un sabor y textura especial.

- Enfoque segmento

El público objetivo para el cual está dirigido el presente proyecto es para mercados importadores de café orgánico, para la cual, está enfocado en el mercado de Los Ángeles-EE. UU, ya que posee una alta demanda, frente al consumo de productos orgánicos. La demanda de café orgánico en Los Ángeles está en aumento, esto es a causa de que es un alimento altamente penetrante, ya que es una bebida y alimento saludable, lo cual, lo convierte en un producto atractivo para los demandantes.

Ventajas competitivas

- Calidad

Se busca satisfacer la demanda de café orgánico, por parte de los mercados importadores, brindando garantía de los adecuados procesos de cultivo y cosecha del café en pepa, con ayuda de los colaboradores de la empresa, mostrar la capacidad y experiencia en el rubro, así mismo, es importante establecer estándares de calidad en el procesamiento del café, logrando así, mostrar la calidad de producto que.

2.3.2. La Industria o Sector - Análisis del micro entorno

Cinco fuerzas competitivas de Porter

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Este enfoque no es alarmante, ya que el estatus del café orgánico actualmente es muy fuerte, así como el cumplimiento de los estándares internacionales de exportación es un obstáculo

en sí mismo. Los países exportadores de café han cubierto mercados difíciles, pero nuestro proyecto sobre todo atiende necesidades emergentes.

2. Rivalidad entre competidores existentes

La alta competencia en este sector también es un factor positivo ya que la temporada de cosecha del café orgánico en Perú es diferente a la de los productores de café orgánico en México y Centroamérica, pudiendo así atender los mercados de importación. Por otro lado, Perú se encuentra en el segundo lugar en lo que respecta a la producción de café orgánico, con México a la cabeza (MIDAGRI, 2021).

3. Amenaza de productos sustitutos

El café orgánico es un producto con nutrientes altamente significativos para el organismo, se ha mostrado que los alimentos orgánicos se enfocan en cuidar su bienestar, brindando los beneficios de mejorar el metabolismo, reducir el estrés, entre otros beneficios. También es importante señalar que para múltiples productos sustitutos se emplean grasas hidrogenadas, producto de muy baja calidad, como productos de descarte, colorantes, etc. Por lo tanto, el riesgo de productos sustitutos es sorprendentemente nula.

4. Poder de negociación del proveedor

Hay una alta cantidad de proveedores de café peruano, ya sea por certificación de producción orgánica, otros certificados de comercio justo y otros que ofrecen solo café regular. Además de varias cooperativas y federaciones de café, Perú también tiene varias regiones productoras de café muy famosas. La producción agrícola orgánica nacional comprende más de 30 cadenas agropecuarias, en las que se encuentra principalmente el café (PROMPERÚ, 2018). Si bien los productores se agrupan con el fin de vender sus productos, por el precio no tienen mayor poder de negociación, ya que para ellos es una variable independiente, está regulada por la Bolsa de Valores.

5. Poder de negociación del cliente

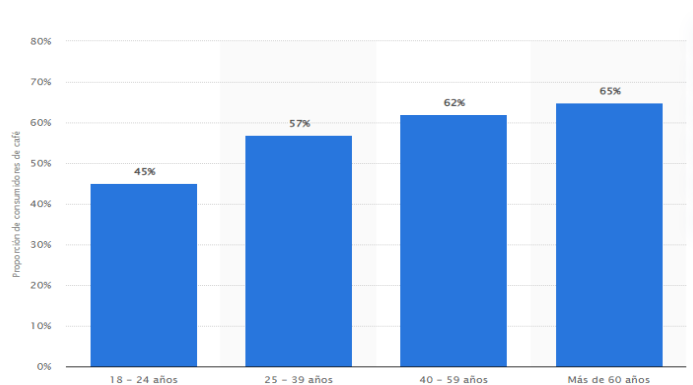
Según un informe de la Comisión de Promoción Turística y Exportaciones del Perú (PromPerú) con motivo del Día del Café Peruano, 23 de agosto, el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Edgar Vázquez, enfatizó que la demanda de cafés orgánicos y especiales es cada vez mayor, ya que el café se produce de acuerdo con las famosas normas internacionales de calidad (COMERCIO EXTERIOR, 2019). Tras lo mencionado, se define que la negociación con los clientes es alta, ya que, el crecimiento de la demanda de café tiene una proyección elevada.

2.3.3. Análisis del macro entorno- Matriz SEPTED

Fuerza social:

El consumo mundial de café ha cambiado drásticamente a medida que el consumo de café per cápita ha aumentado entre los consumidores globales (Vigo, 2017). El consumo de productos orgánicos se ha convertido en una tendencia social el cuidado del entorno ambiental, y su bienestar, se ha comprobado que los consumidores actuales, ante estas tendencias se encuentran dispuestos a pagar lo que sea, con la finalidad de adquirir un producto orgánico certificado. El aumento de la esperanza de vida y las tendencias de salud hacen que las personas tengan interés por una adecuada alimentación, lo que está relacionado con el origen de los productos. Las generaciones más jóvenes no han olvidado esta realidad social, por lo cual, se han convertido en consumidores ambientalmente responsables, buscando aprender más sobre los productos que consumen (Velasco Cruz, 2017).

Figura 1: Consumidores de café orgánico por edades

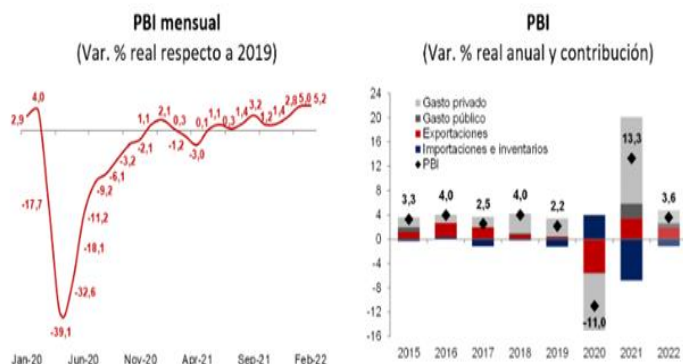


Fuerza económica:

El MEF (2022) indica que el PIB creció un 3,6%, la demanda interna. En cuanto a la base exportadora, el sector agropecuario aumentó un 2,92% esto gracias al incremento de la producción de café (12,40 %), etc. Es por ello, que han logrado determinar que el sector agroexportador aporta significativamente a la economía peruana. Por otro lado, las condiciones climáticas han sido favorables, especialmente en las zonas costeras y montañosas. Perú se ha convertido en el segundo exportador de café orgánico del mundo, seguido de México, líder en producción de café (MIDAGRI, 2021).

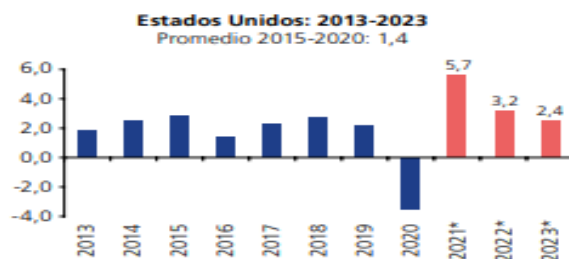
INEI,2021 indicó que el café orgánico sustenta la producción de 69 mil 139 toneladas de café orgánico, logrando obtener el premio Copa Oro Perú 2021 al Mejor Café Orgánico, lo que aumenta el reconocimiento de la calidad del café (ADMIN, 2021).

Figura 2: PBI mensual de Perú



En lo que respecta a la economía del país de destino presenta una variación anual del IPC de EE.UU. en abril de 2022 asciende al 8,3%, 2 décimas menos que en el mes anterior. La variación mensual del IPC (índice de precios al consumidor) fue de 0,6%, por lo que la inflación acumulada en 2022 será de 3,7%. En cuanto al PIB de Estados Unidos, se destaca que este año ha acumulado un 3,2% (BCR, 2022).

Figura 3: PBI de Estados Unidos



Fuerza política:

Perú cuenta con un tratado de libre comercio con EE. UU, dando facilidad en el comercio entre ellos, por lo que, Estados Unidos no ha establecido aranceles a la importación del café y sus variedades. El Consejo Nacional del Café de Perú lidera la lista de países productores y exportadores de café de comercio justo, con Estados Unidos como uno de los principales destinos (Rodríguez, 2017). En base a las barreras no arancelarias, tanto en Perú como en Estados Unidos, el café debe cumplir con ciertos requisitos para las transacciones de comercio exterior, tales como permisos de importación, normas de origen, normas técnicas, normas sanitarias (ICESI, 2019)

Por otro lado, Julca, (2018) señala que se promulgaron leyes para promover la producción de café orgánico, por lo que no existen leyes impuestas por el Estado que impidan el desarrollo cafetero. Asimismo, el 95% del café que se produce se exporta a países como Estados Unidos, UU, Alemania, Bélgica, siendo los principales países de exportación orgánica, y finalmente mencionó que el mercado del café es muy inestable convirtiéndose una amenaza para el sector (Red agrícola, 2021).

En el Perú la autoridad responsable de supervisar la producción orgánica es el Servicio Nacional de Salud (SENASA), que proporciona estándares que garantizan los productos orgánicos en el mercado interno e internacional. La Regulación técnica de productos ecológicos aprobados por la instrucción más alta No. 044-2006-Ag, ofrece una serie de requisitos aplicados como asociados con los estándares de organizaciones internacionales, entre otros estándares de producción orgánica. Así mismo se encuentra la Ley 30983 quien promueve la producción orgánica.

Fuerza tecnológica

Se introdujo tecnología avanzada gracias a un equipo eficiente, que es una maquinaria para el lavado y secado de granos de café por radiación infrarroja, que ahorra agua y energía, además de la mejor calidad del producto manteniendo un procedimiento amigable con el medio ambiente (ANDINA, 2021).

Manuel López Ortiz, director de la maestría de la Dirección de Agro negocios del PAD de la Universidad de Piura, propone introducir sistemas de calibración en la línea de envasado. El experto también dijo que aún es necesario mejorar el pronóstico de cosecha para tener un cronograma de producción más preciso. Cuando hablamos de modelos pronósticos, en algunos casos es necesario pasar de métodos estadísticos a tecnologías que van desde drones, satélites o muestreo con lentes ópticas, que permiten identificar todos los momentos morfológicos de la planta.

Fuerza ecológica o ambiental

Los sellos distintivos de la agricultura orgánica son la omisión de fertilizantes y pesticidas que dañan los microorganismos benéficos del suelo, y el uso de una variedad de prácticas de manejo del suelo, el agua, los bosques y el medio ambiente, permitiendo mantener el equilibrio del ecosistema. El 90% del café eco amigable crece bajo la sombra, con una densidad de 2000 P/H, se menciona que el café orgánico, para el cual el Perú tiene una ventaja competitiva, es uno

de los proveedores más importantes del mundo, además, los tiempos de cosecha del café orgánico en Perú difieren de los de los productores de México y Centroamérica, esto puede ayudar a mantener la venta de café en el mercado, cuando los demás productores no se encuentran en tiempo de cosecha (JNC, 2020).

Sin embargo, los cambios climáticos son riesgosos para los cultivos orgánicos, constantemente se habla del calentamiento global, quien es una amenaza para la producción de café, puesto que da paso al crecimiento de hongos, que términos técnicos se conocen como royas, quienes son hongos que matan o bajan la calidad del café en caso se combaten, el calentamiento global facilita el crecimiento de hongos que son peligrosos para los productos orgánicos (Gestión, 2014).

2.4. Cadena de valor de la empresa o sector

Figura 4: Cadena de valor de la empresa o sector

ACTIVIDADES DE SOPORTE	INFRAESTRUCTURA -En el Perú el sector agroindustrial registra una variedad de empresas pequeñas en lo que respecta a la venta de café orgánico, San Ignacio es una de las provincias con mayor población rural, dedicada a la siembra y cosecha de café, quienes han desarrollado como parte de su vida diaria la siembra y cultivo, existen miles de familias con poca posibilidad de exportar, y esto es dado por la falta de conocimiento o miedo a diversos factores a los que se enfrenta el café, es por ellos que encuentran seguridad al momento de convertirse en proveedores de café, en lo que respecta al café orgánico, la provincia de San Ignacio ya cuenta con productores del mismo, por lo cual es importante sacar provecho a este tipo de café especial.				
	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANO - El nivel de informalidad en el sector agroexportador aún no ha bajado al nivel requerido, incrementaremos el nivel de formalidad e implementaremos estrategias de contratación y desarrollo de carrera. - Contratación de personal dedicado, especializado en el manejo de áreas administrativas y operativas. - Formación continua de operarios y personal de apoyo.				
	TECNOLOGÍA - Es importante para la industria agropecuaria de exportación contar con un sistema efectivo de trazabilidad e información de productos, seguimiento de rutas y plazos. - Invertir en investigación y desarrollo en la gestión de alimentos orgánicos				
	APROVISIONAMIENTO -Determine la cantidad de oferta durante el periodo de crecimiento del cacao para satisfacer la demanda. - Proporcionar limpieza, sombreado, protección del suelo, preparación de abono orgánico.				
ACTIVIDADES PRIMARIAS	LOGISTICA DE ENTRADA Programación el tiempo para cultivar café orgánico. Almacenamiento de materiales de siembra ecológicos. Aceptación de maquinaria y equipos tecnológicos para optimizar el proceso Control de importaciones y exportaciones.	OPERACIONES PRODUCCION Siembra del café orgánico Control de plagas Cosechar, limpiar, tostado, pelar, moler. Mantenimiento de equipos: Un plan de mantenimiento preventivo y reparación.	LOGISTICA DE SALIDA - Conservación de productos terminados. - Enviar a la terminal marítima. - Envíos y entregas a clientes finales. - Controlar la calidad y el peso tras la entrega al cliente final.	MARKETING Y VENTAS -El vendedor trata directamente con el comprador. -Abrir la puerta para que los clientes potenciales puedan conocer el proceso de producción. -Comercialización en alianza con PROMPERU.	SERVICIOS POST VENTA Comunicación con empresas importadoras para recibir retroalimentación frecuente sobre la calidad de nuestro suministro y el cumplimiento de los requisitos.

2.5.FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> *El Perú es el segundo exportador mundial de café orgánico (MIDAGRI, 2021). *No hay leyes impuestas por el estado que impidan fomentar el desarrollo agrario (Julca, 2018). *Proveedores certificados en productos orgánicos, y de tratado de libre comercio. *Capacidad de conocimiento para lograr alcanzar estándares de calidad en los productos orgánicos. *Ganadores del premio Golden Cup Perú 2021, a mejor café orgánico (ADMIN, 2021). *Alianzas de tratado de libre comercio con EE. UU (Rodríguez, 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> *La Ley N°30983 promueve la producción orgánica. *Alianzas internacionales de PROMPERÚ. *El consumidor se encuentra dispuesto a pagar por un producto con garantía orgánica. *Gran hábito de consumo por el mercado de destino. *Tecnología avanzada al contar con un equipo eficiente para el procesamiento de café orgánico (ANDINA, 2021).
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> *Productos sustitutos que no cuentan con propiedades organolépticas. *Carreteras en malas condiciones, produciendo retrasos en las entregas hacia el puerto de embarque. * Costos de transporte elevados (Álvarez, 2018) *Barreras no arancelarias que dificultan el proceso, requisitos fitosanitarios (MIDAGRI, 2021). *Elevados costos de maquinaria y procedimientos tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> *Crisis alimentaria ante la Guerra de Rusia – Ucrania. *Competencia con grandes exportadores de café orgánico. *Surgimiento de plagas en el cultivo de café orgánico. *Cantidad y calidad de café orgánico que puede verse afectado por cambios climatológicos. *Volatilidad del mercado.

2.6. Viabilidad estratégica

Tabla 2: Matriz EFI

MATRIZ EFI – Evaluación de Factores Internos			
	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
*El Perú es el segundo exportador mundial de café orgánico(MIDAGRI, 2021).	12%	4	0.48
*No hay leyes impuestas por el estado que impidan fomentar el desarrollo agrario (Julca, 2018).	10%	3	0.3
*Proveedores certificados en productos orgánicos, y de tratado de libre comercio.	12%	4	0.48
*Capacidad de conocimiento para lograr alcanzar estándares de calidad en los productos orgánicos.	7%	3	0.21
*Ganadores del premio Golden Cup Perú 2021, a mejor café orgánico(ADMIN, 2021).	6%	3	0.18
*Alianzas de tratado de libre comercio con EE.UU (Rodríguez, 2017)	13%	4	0.52
Debilidades			
*Productos sustitutos que no cuentan con propiedades organolépticas.	6%	1	0.06
*Carreteras en malas condiciones, produciendo retrasos en las entregas hacia el puerto de embarque.	5%	2	0.1
* Costos de transporte elevados(Álvarez, 2018)	7%	1	0.07
*Barreras no arancelarias que dificultan el proceso, requisitos fitosanitarios (MIDAGRI, 2021).	7%	1	0.07
*Elevados costos de maquinaria y procedimientos tecnológicos.	5%	2	0.1
TOTAL	1.00		2.87

Tabla 3: Matriz EFE

MATRIZ EFE – Evaluación de Factores Externos			
	Peso	Calificación	Total Ponderado
Oportunidades			
*La Ley N°30983 promueve la producción orgánica.	20%	4	0.8
*Alianzas internacionales de PROMPERÚ.	7%	3	0.21
*El consumidor se encuentra dispuesto a pagar por un producto con garantía orgánica.	13%	4	0.52
*Gran hábito de consumo por el mercado de destino.	13%	4	0.52
*Tecnología avanzada al contar con un equipo eficiente para el procesamiento de café orgánico (ANDINA, 2021).	15%	4	0.6
Amenazas			
*Crisis alimentaria ante la Guerra de Rusia – Ucrania.	6%	1	0.06
*Competidores con mayor trayectoria, que pueden incursionar en el procesamiento de café orgánico.	4%	2	0.08
*Surgimiento de plagas en el cultivo de café orgánico.	7%	1	0.07
*Cantidad y calidad de café orgánico que puede verse afectado por cambios climatológicos.	8%	1	0.08
*Volatilidad del mercado.	7%	1	0.07
TOTAL	1.00		3.01

En resumen, se deduce que el proyecto presenta viabilidad estratégica; tras el análisis de las cinco fuerzas de Porter, Matriz SEPTED, la cadena de valor y el análisis FODA señalan que el proyecto es viable; dando a conocer que el sector agroindustrial orgánico está en crecimiento convirtiéndose en una gran oportunidad para el proyecto. Finalmente, se observó que para la matriz EFI y EFE, el contexto es favorable; por los resultados obtenidos los cuales fueron 2.87 y 3.01.

2.6.1. Análisis Matricial

Se puede observar que el grado de peso de la matriz interna es 2.87 y que el grado de peso de la matriz externa es 3.01, ubicados en la parte superior del cuarto, es decir, en ataque. Esto logró

mostrar que el mercado puede ser penetrado y brindar estrategias para desarrollar y hacer crecer este proyecto de inversión privada.

Figura 5: Análisis matricial

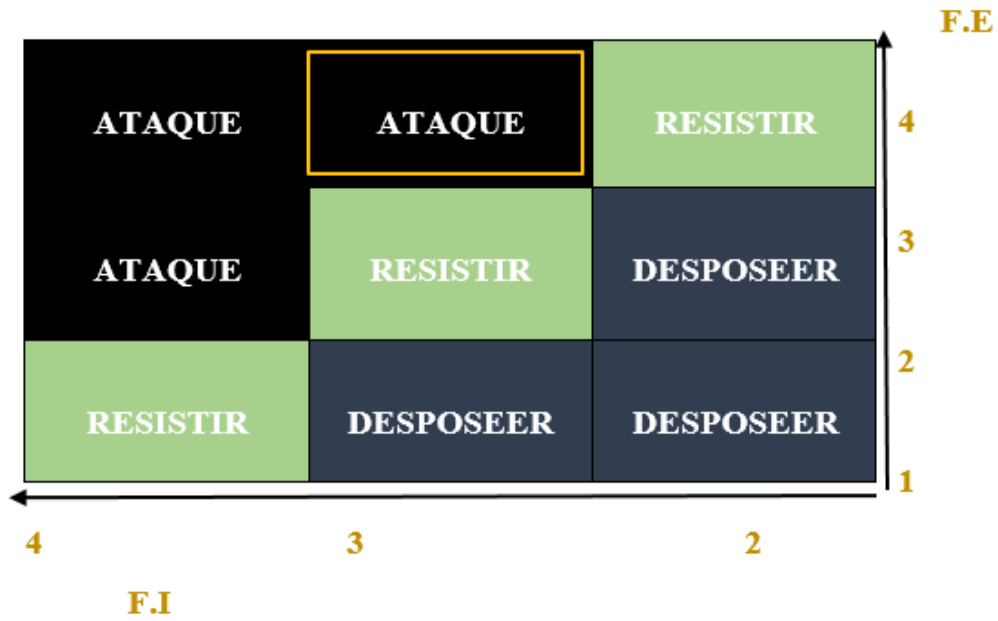


Tabla 4: FODA Cruzado

FODA CRUZADO Fase 1: Formulación de estrategia	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> *El Perú es el segundo exportador mundial de café orgánico (MIDAGRI, 2021). *No hay leyes impuestas por el estado que impidan fomentar el desarrollo agrario (Julca, 2018). *Proveedores certificados en productos orgánicos, y de tratado de libre comercio. *Capacidad de conocimiento para lograr alcanzar estándares de calidad en los productos orgánicos. *Ganadores del premio Golden Cup Perú 2021, a mejor café orgánico (ADMIN, 2021). *Alianzas de tratado de libre comercio con EE.UU (Rodríguez, 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> *Productos sustitutos que no cuentan con propiedades organolépticas. *Carreteras en malas condiciones, produciendo retrasos en las entregas hacia el puerto de embarque. *Costos de transporte elevados (Álvarez, 2018) *Barreras no arancelarias que dificultan el proceso, requisito fitosanitario (MIDAGRI, 2021). *Elevados costos de maquinaria y procedimientos tecnológicos.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> *Ley N°30983 promueve la producción orgánica. *Alianzas internacionales de PROMPERÚ. *El consumidor se encuentra dispuesto a pagar por un producto con garantía orgánica. *Gran hábito de consumo por el mercado de destino. *Tecnología avanzada al contar con un equipo eficiente para el procesamiento de café orgánico (ANDINA, 2021). 	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo de innovación en tecnología para el aumento de eficiencia en los procesos -Manejo de alianzas estratégicas para el abastecimiento en América latina, con el fin de mantener la venta del producto, en tiempos de desabastecimiento de café orgánico. -Construcción de una comunidad local (San Ignacio-Cajamarca), para el abastecimiento de café. 	<ul style="list-style-type: none"> -Análisis y evaluación de posibles rutas para evitar estancamiento y posibles demoras, mediante programas y softwares. -Controles de reglas arancelarias y no arancelarias, para una eficiente entrega del producto. -Invertir en maquinaria que ofrezca al sector posibilidades de volverse competente.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> *Crisis alimentaria ante la Guerra de Rusia – Ucrania. *Competencia con grandes exportadores de café orgánico. *Surgimiento de plagas en el cultivo de café orgánico. *Cantidad y calidad de café orgánico que puede verse afectado por cambios climatológicos. *Volatilidad del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> -Presentaciones del producto en concursos y ferias reconocidas, con el fin de captar clientes, y lograr mayor reconocimiento. -Cumplimiento de los estándares de calidad, avalados por SENASA. -Contar con el respaldo de la JNC, PROMPERU. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gestionar programas, adoptar software en todas las cadenas de valor del sector para generar una mejor organización. -Captar inversionistas privados, manteniéndose activos en la bolsa de valores, para mantener una mejor imagen y mayor acceso financiero. -Alianzas con entidades financieras, para financiamientos.

FODA CRUZADO Fase 2: (Definición de los objetivos estratégicos)	Fortalezas	Debilidades
	<p>*El Perú es el segundo exportador mundial de café orgánico (MIDAGRI, 2021).</p> <p>*Tecnología avanzada al contar con un equipo eficiente de lavado y secado de café orgánico (ANDINA, 2021).</p> <p>*El café orgánico mantiene una producción de 69 mil 139 toneladas (INEI, 2021).</p> <p>*Ganadores del premio Golden Cup Perú 2021, a mejor café orgánico (ADMIN, 2021).</p> <p>*Alianzas de tratado de libre comercio con EE. UU (Rodríguez, 2017)</p> <p>*Ventaja competitiva, por ser uno de los proveedores mundiales más importantes en el mundo.</p>	<p>*Productos sustitutos que no cuentan con propiedades organolépticas.</p> <p>*Carreteras en malas condiciones, produciendo retrasos en las entregas hacia el puerto de embarque.</p> <p>* Costos de transporte elevados (Álvarez, 2018)</p> <p>*Barreras no arancelarias que dificultan el proceso, requisito fitosanitario (MIDAGRI, 2021).</p> <p>*Elevados costos de maquinaria y procedimientos tecnológicos.</p>
Oportunidades	Estudio técnico	Estudio de mercado
<p>*La Ley N°30983 promueve la producción orgánica.</p> <p>*Alianzas internacionales de PROMPERÚ.</p> <p>*El consumidor se encuentra dispuesto a pagar por un producto con garantía orgánica.</p> <p>*Gran hábito de consumo por el mercado de destino.</p> <p>*Tecnología avanzada al contar con un equipo eficiente para el procesamiento de café orgánico (ANDINA, 2021).</p>	<p>-Invertir en maquinaria de última tecnología, que permita ofrecerle al sector presentarse más competitivos en el mercado.</p> <p>-Gestionar programas y softwares que permitan generar una mejor organización.</p> <p>-Personal capacitado para el procesamiento, logística, controles de calidad, etc.</p> <p>- Construcción de una comunidad local (San Ignacio-Cajamarca), para el abastecimiento de café.</p>	<p>-Presentaciones del producto en concursos y ferias reconocidas, con el fin de captar clientes, y lograr mayor reconocimiento.</p> <p>-Manejo de alianzas estratégicas para el abastecimiento en América latina, con el fin de mantener la venta del producto, en tiempos de desabastecimiento de café orgánico.</p>
Amenazas	Estudio organizacional y legal	Estudio económico y financiero
<p>*Crisis alimentaria ante la Guerra de Rusia – Ucrania.</p> <p>*Competencia con grandes exportadores de café orgánico.</p> <p>*Surgimiento de plagas en el cultivo de café orgánico.</p> <p>*Cantidad y calidad de café orgánico que puede verse afectado por cambios climatológicos.</p> <p>*Volatilidad del mercado.</p>	<p>-Personal capacitado en gestión de controles de reglamento de aranceles y reglamento no arancelario.</p> <p>- Contar con el respaldo de la JNC, PROMPERU.</p> <p>- Cumplimiento de los estándares de calidad, avalados por SENASA.</p>	<p>-Captar inversionistas privados, manteniéndose activos en la bolsa de valores, para mantener una mejor imagen y mayor acceso financiero.</p> <p>-Alianzas con entidades financieras, para financiamientos</p>

FODA CRUZADO Fase 3: (Objetivo estratégico: TÉCNICO, DE MERCADO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL, ECONÓMICO Y FINANCIERO)	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades *Ley N°30983 promueve la producción orgánica. *Alianzas internacionales de PROMPERÚ. *El consumidor se encuentra dispuesto a pagar por un producto con garantía orgánica. *Gran hábito de consumo por el mercado de destino. *Tecnología avanzada al contar con un equipo eficiente para el procesamiento de café orgánico (ANDINA, 2021).	Objetivo estratégico del estudio técnico *El Perú es el segundo exportador mundial de café orgánico (MIDAGRI, 2021). *No hay leyes impuestas por el estado que impidan fomentar el desarrollo agrario (Julca, 2018). *Proveedores certificados en productos orgánicos, y de tratado de libre comercio. *Capacidad de conocimiento para lograr alcanzar estándares de calidad en los productos orgánicos. *Ganadores del premio Golden Cup Perú 2021, a mejor café orgánico (ADMIN, 2021). *Alianzas de tratado de libre comercio con EE. UU (Rodríguez, 2017)	Objetivo estratégico del estudio de mercado *Productos sustitutos que no cuentan con propiedades organolépticas. *Carreteras en malas condiciones, produciendo retrasos en las entregas hacia el puerto de embarque. *Costos de transporte elevados (Álvarez, 2018) *Barreras no arancelarias que dificultan el proceso, requisitos fitosanitarios (MIDAGRI, 2021). *Elevados costos de maquinaria y procedimientos tecnológicos
Amenazas	Objetivo estratégico: estudio organizacional y legal	Objetivo estratégico: Estudio económico y financiero
*Crisis alimentaria ante la Guerra de Rusia – Ucrania. *Competencia con grandes exportadores de café orgánico. *Surgimiento de plagas en el cultivo de café orgánico. *Cantidad y calidad de café orgánico que puede verse afectado por cambios climatológicos. *Volatilidad del mercado.	POSICIONAR A LA EMPRESA COMO LA DE MEJOR CULTURA ORGANIZACIONAL, SEGURIDAD OCUPACIONAL Y QUE SU PERSONAL ADMINISTRATIVO DESARROLLE LOS PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS DE LA ORGANIZACIÓN GARANTIZANDO EL BUEN TRATO AL CLIENTE Y SUPERANDO LAS EXPECTATIVAS DEL MISMO.	POSICIONAR A LA EMPRESA COMO UNA ORGANIZACIÓN DE ALTA RENTABILIDAD Y BAJOS COSTOS FINANCIEROS, GARANTIZANDO UN ALTO FLUJO DE INGRESOS QUE CUBRAN LOS COSTOS OPERATIVOS, COSTOS DE MANTENIMIENTO, ENTRE OTROS, LOGRANDO BENEFICIOS TANTO ECONÓMICOS Y FINANCIEROS PARA LA ORGANIZACIÓN.

2.7. Principios axiológicos

➤ VISIÓN

Ser la mejor planta procesadora y exportadora de café orgánico, mejorando constantemente el posicionamiento en el mercado a través de sistemas de calidad altamente competitivo, así mismo, contar con tecnología de punta y recurso humano altamente capacitado.

➤ MISIÓN

Satisfacer la demanda de café orgánico, para empresas privadas comercializadoras y distribuidoras de café en mercados importadores, logrando ser un referente para la adquisición de este producto por la eficiencia en los tiempos de entrega a nivel internacional.

➤ VALORES

- **Calidad de producto:** Es necesaria para un excelente funcionamiento en la organización.
- **Enfocado al cliente:** Preocupación por saciar las necesidades de las personas, cumplir con sus demandas y hacer una superación en base a sus expectativas.
- **Ético:** Interactuar con personas, empresas y agencias gubernamentales de manera transparente, honesta e interactiva.
- **Creatividad e Innovación:** Desarrollar una cultura de creatividad e innovación para potenciar la competitividad de la organización, satisfaciendo así las necesidades y expectativas de los stakeholders.
- **Conciencia Ambiental:** La preservación del medio ambiente es importante, por lo cual, constantemente se trabajará en el desarrollo de políticas internas para reducir el impacto medioambiental.

➤ OBJETIVOS

- Al 2027 incrementar los índices de exportación de café orgánico, permitiendo centrar al país como el primero en exportación de café de calidad, a su vez incrementando un 15% de la producción de café orgánico.
- Al 2027, generar la empleabilidad estable en la planta productora, permitiendo reducir el desempleo vivido en el 2019 por la crisis sanitaria, de más de 6 millones de personas.
- Al 2027, lograr posicionar a la planta procesadora como una industria reconocida por desarrollar procesos y tecnología que cuide el medio ambiente.

CAPÍTULO III. Estudio de Mercado

3.1. Determinación de la viabilidad del estudio de mercado

3.1.1. Segmentación del mercado

<p>Problema de mercado Demanda insatisfecha en el abastecimiento de café orgánico en Los Ángeles EE. UU. 2022.</p> <p>Nombre del proyecto Proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de café orgánico en San Ignacio, Cajamarca para su exportación a los ángeles, EE. UU 2022.</p> <p>Propuesta de valor emocional del modelo de negocio Beneficio de contar con un producto orgánico que permite generar sensaciones y experiencias agradables en quienes lo consumen.</p> <p>Segmento según el modelo de negocio Dirigido a mercados importadores (Los Ángeles-EE. UU), empresas privadas dedicadas a la distribución y comercialización del café orgánico.</p>

Descriptor		
Nivel socioeconómico	Segmentación Geográfica	Utilidad buscada
1.A	1.Los Ángeles – EE.UU	1.Beneficio de contar con un producto generador de sensaciones agradables al consumir.
2.B		2.Beneficio de contar con un producto generador de experiencias significativas al consumir.
3.C		3.Beneficio de contar con un producto que genere experiencias positivas al compartir .

3	1	3	9
<p>Se confirma el modelo de negocio; ya que, está orientado a aquellas empresas y negocios distribuidores y comercializadoras del producto de esta planta los cuales se encuentran en la ciudad de Los Ángeles, EE.UU. Además, el proyecto es seguro ya que contará con una adecuada infraestructura que garantizará el cumplimiento de mantener la calidad del producto “café orgánico”, el cual será exportado; finalmente, está dirigido a los estratos sociales A, B y C, ya que cuentan con la capacidad económica de adquirir el producto.</p>			

3.1.2. Variables del mercado del consumidor

	Variables	Indicadores
Mercado consumidor	Variables Culturales	-Lugar de compra -Frecuencia de compra -Motivo de compra
	Variables Personales	-Estilos de vida -Gustos y preferencias
	Variables Psicológicos	-Motivación -Percepción -Actitudes
	Variables Sociales	-Grupos de referencia -Familia
	Variable demográfica	-Ubicación actual -Capacidad de pago

3.1.3. Variables del mercado competidor

	Variables	Indicadores
Mercado competidor	Servicio	-Calidad
	Precio	-Relación precio-Calidad
	Plaza	-Percepción de la ubicación de la competencia
	Promoción	-Promoción en el local, anuncios, banners y redes sociales

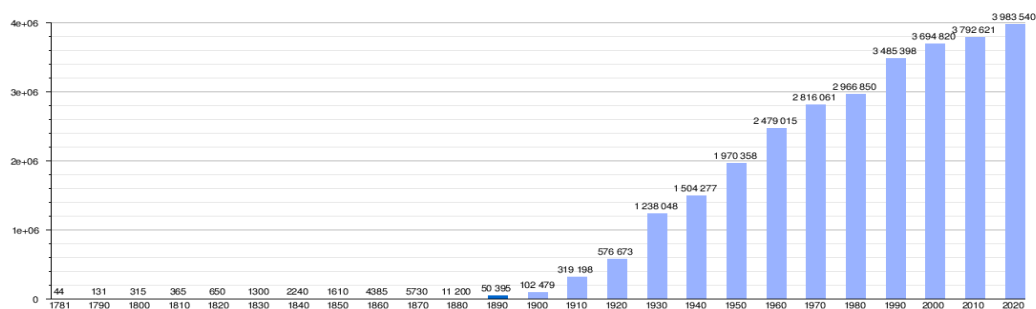
3.1.4. Variables del mercado de distribución

	Variables	Indicadores
Mercado de productos sustitutos	Sustitución de productos a producto	-Fijación de precios -Disminución de ingresos y beneficio -Afectan el poder de negociación frente a los clientes

3.1.5. Demanda:

Los Ángeles es la ciudad más poblada de California y la segunda ciudad más poblada de los Estados Unidos, después de Nueva York. Según el censo de EE. UU, la ciudad tiene 3.792.621 habitantes. Se encuentra en el sur de California y cubre un área de 1.215 kilómetros cuadrados. Como tal, es una de las áreas urbanas más grandes del mundo, la segunda ciudad más grande de los Estados Unidos y la sede del condado de Los Ángeles, uno de los condados más poblados y racialmente diversos de los Estados Unidos.

Figura 6: Demanda de café orgánico



3.1.6. Mercado Potencial:

El mercado potencial estará formado por todas las empresas comercializadoras y distribuidoras de Los Ángeles. Así mismo, se ha logrado detectar que, en base a los niveles socioeconómicos, el proyecto estará enfocado en clase A, B, C, en EE. UU se traduce como clase alta, media alta, media baja, así mismo, estudios han determinado que, tras el incremento de la venta de productos orgánicos, las personas realizan compras por estilos de

vida más que por estatus económico. Por lo cual, el proyecto tiene viabilidad y acceso para el ingreso a la ciudad de Los Ángeles.

3.1.7. Demanda de mercado:

Estados Unidos es el importador de café número uno en la lista a continuación, lo que demuestra que el TLC ha beneficiado al mercado peruano en términos de exportaciones, además de la demanda del mercado de productos orgánicos de consumo en los últimos años. El gráfico muestra la oferta y demanda de café verde, que son granos que no han pasado por el proceso de tostado, en comparación con el aumento de la demanda en 2014 y 2019, por lo que se puede observar un aumento en las exportaciones.

A marzo, los envíos de café en grano a Perú sumaron 60.186 toneladas, valoradas en \$276 millones. Esto representa un aumento en volumen de más de 247% y 475% en valor en comparación con el período 2021. Si los números mantienen esta tendencia, se espera que los volúmenes de exportación de granos continúen aumentando y los precios se mantengan en \$4,55/kg. Así, al cierre de 2022, el volumen de la demanda de exportación aumentará en más de 470.000 toneladas con un valor de \$2.142 millones. En 2018, Perú vivió su época dorada en la exportación de café orgánico, que representa el 10,4% de la producción total, por su excelente contenido de café ofrece gustos diversos según los requerimientos del mercado americano. En 2018, se vio un aumento gradual en el volumen de las importaciones debido al gran consumo. Esto se debe a la gran cantidad de consumidores de café orgánico en Estados Unidos, equivalente a 1,4 millones. Se espera un incremento de consumo de café orgánico a un 3,4% debido al incremento consumo y reconocimiento sanitario del que goza.

Figura 7: Total de exportaciones durante el 2012-2019



La relación entre el Perú y Estados Unidos ya tiene tres décadas, la parte agrícola ha tenido tan buena acogida que ha sabido mantener la gran demanda que se relaciona con la comercialización de productos agrícolas.

De esta forma, se destaca que el crecimiento de las exportaciones, tiene un grado de significación del 26%. Así mismo, cuenta con alianzas bilaterales entre Estados Unidos y Perú, la cual, permiten el acceso a los mercados nacionales de procesamiento, en este sentido, los insumos exportables son de gran importancia.

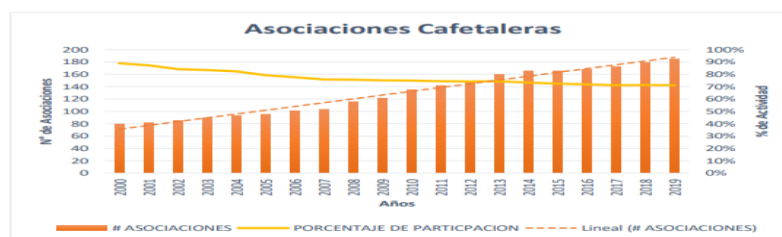
Figura 8: Destinos de exportación de café orgánico



3.1.8. Oferta de mercado

En los últimos años el Perú se ha mantenido dentro los primeros puestos en la exportación de café orgánico para ello se ha llegado a ese nivel gracias a la calidad que brindan los productores peruanos. Se ha señalado que Perú cuenta con 425.416 hectáreas dedicadas al cultivo del café representando el 6% de la superficie agrícola del país y el 25% de la Amazonía. Se han establecido cafetales en 17 provincias, 67 regiones y 338 distritos ocupados profesionalmente por 223.738 familias peruanas (MINAGRI, 2020). Además, a pesar de la epidemia, la cantidad de ventas de café molido aumentó 7 % en comparación con el año anterior (Indina, 2020). Por otro lado, se han desarrollado asociaciones de cafetaleros, la cual han determinado un 69% de crecimiento en lo que respecta al café orgánico.

Figura 9: Oferta del mercado de café orgánico

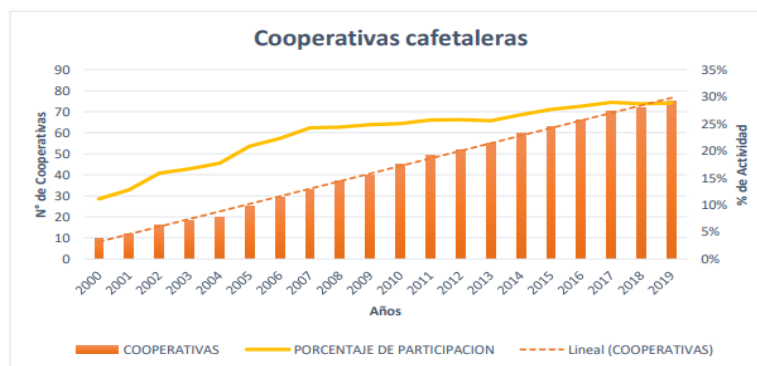


El Consejo Nacional del Café (2017) establece que los miembros de las cooperativas cafetaleras de diversas regiones del Perú exportaron más de 98 millones de dólares, es decir

desarrollaron un 23% del volumen total de las exportaciones a diferentes regiones del mundo como Europa, Asia y Estados Unidos.

En este sentido, se enfoca en la participación de un mayor número de cooperativas cafetaleras en a diferencia de las compañías de café que buscan los compradores internacionales hoy las interacciones directas con las cooperativas han demostrado su capacidad y la calidad requerida para poder producir lo que demanda el mercado internacional. Este crecimiento ocurre en etapas porque las cooperativas han introducido mecanismos como la certificación, la tecnología y la capacitación diversificada para lograr los resultados deseados según sea necesario internacionalmente.

Figura 10: Cooperativa cafetaleras



3.1.9. Mercado objetivo

El mercado objetivo es todas las empresas (comercializadoras, distribuidoras, empresas retail, etc.) de Los Ángeles que emplean el café para venta al consumidor final, ya sea preparado, en bolsa, etc.). Tomando en cuenta la demanda emergente y la actual oferta, el proyecto pretende cubrir 129 600 quintales, que en kilos son 12 960 000 kg en el primer año.

Tabla 5: Plan de mercadeo de corto, mediano y largo plazo

Problema Central: Demanda insatisfecha en el abastecimiento de café orgánico en Los Ángeles EE. UU, 2022.						
Propuesta de Valor: Beneficio de contar con un producto orgánico que permite generar sensaciones y experiencias agradables en quienes lo consumen.						
Nombre del proyecto: Proyecto de inversión para la instalación de una planta procesadora de café orgánico en San Ignacio, Cajamarca para su exportación a los ángeles, EE. UU 2022.						
Estrategia Competitiva y ventaja Competitiva	Plan MKT	Objetivo estratégico de Mercado	Meta u objetivo Operativo	Estrategia de marketing (4p)	Indicadores de control/medición	Medición cumplimiento de la meta
		Corto plazo	POSICIONAR A LA EMPRESA COMO LA DE MEJOR SERVICIO DE AGROEXPORTACIÓN CON LA FINALIDAD DE SATISFACER Y SUPERAR LAS EXPECTATIVAS DEL MERCADO DE LOS ÁNGELES	<p>Durante el primer año lograr un 100% de aceptación de la demanda insatisfecha.</p> <p>Lograr el 90% de la satisfacción y superación de expectativas de importadores</p> <p>Atender al 100% del mercado objetivo</p>	<p>Producto Café orgánico tostado, molido, empaquetado, listo para su exportación</p> <p>Precio El precio se designará a partir de la contabilización de costos de producción y exportación</p> <p>Plaza La plaza se encontrará situada en la provincia de Cajamarca-San Ignacio.</p> <p>Promoción Mediante el uso de redes sociales, email y redes de contacto, se dará a</p>	<p>Cantidad de toneladas exportadas</p> <p>Número de envíos al exterior</p> <p>Número de reclamos realizados por los importadores</p>

				<p>conocer nuestro producto. Alianzas estratégicas con PROMPERÚ y empresas distribuidoras y comercializadoras de café.</p>		
--	--	--	--	--	--	--

<p>Estrategia Competitiva y ventaja Competitiva</p>	<p>Median o plazo</p>	<p>POSICIONAR A LA EMPRESA COMO LA DE MEJOR SERVICIO DE AGROEXPORTACIÓN CON LA FINALIDAD DE SATISFACER Y SUPERAR LAS EXPECTATIVAS DEL MERCADO DE LOS ÁNGELES</p>	<p>Lograr un 100% de aceptación de la demanda insatisfecha</p> <p>Lograr el 90% de la satisfacción y superación de expectativas de importadores</p> <p>Atender al 100% del mercado objetivo</p>	<p>Producto Exhaustivos procesos de procesamiento, empaquetado y almacenaje del café orgánico, en concordancia con los estándares de calidad internacional</p> <p>Precio El precio se designará a partir de la contabilización de costos de producción y exportación</p> <p>Plaza La planta procesadora seguirá localizada en el distrito de San Ignacio-Cajamarca.</p> <p>Promoción Asistencia en las ferias de carácter nacional e internacional. Se mantendrá los convenios con empresas distribuidoras de consumo superior al de otras y se mantendrá el uso de plataformas digitales para alcanzar información</p>	<p>Cantidad de toneladas exportadas</p> <p>Número de envíos al exterior</p> <p>Número de reclamos realizados por los importadores</p>	<p>Medición mensual</p>
--	------------------------------	--	---	---	---	-------------------------

<p>Estrategia Competitiva y ventaja Competitiva</p>	<p>Largo plazo</p>	<p>POSICIONAR A LA EMPRESA COMO LA DE MEJOR SERVICIO DE AGROEXPORTACIÓN CON LA FINALIDAD DE SATISFACER Y SUPERAR LAS EXPECTATIVAS DEL MERCADO DE LOS ÁNGELES</p>	<p>Lograr un 100% de aceptación de la demanda insatisfecha</p> <p>Lograr el 90% de la satisfacción y superación de expectativas de importadores</p> <p>Atender al 100% del mercado objetivo</p>	<p>Producto Se gestiona una alta calidad de servicio y producción mediante los procesos concordados con estándares de calidad internacionales. Logrando ser competitivo en el sector y mercado internacional.</p> <p>Precio El precio se designará a partir de la contabilización de costos de exportación y el precio del cacao regido por el IICO</p> <p>Plaza Desarrollo de un punto de venta en la ciudad de Los Ángeles Control del punto de venta en base al stock del producto.</p> <p>Promoción Se mantendrán los convenios con empresas distribuidoras y comercializadoras, se seguirá con el uso de plataformas digitales, seguirán las alianzas con PROMPERU y presencia en eventos.</p>	<p>Cantidad de toneladas exportadas</p> <p>Número de envíos al exterior</p> <p>Número de reclamos realizados por los importadores</p>	<p>Medición mensual</p>
--	---------------------------	--	---	---	---	-------------------------

Viabilidad de mercado: Se concluye que el modelo de negocio estará enfocado a un sector A, B, C ya que tiene el poder adquisitivo de adquirir el producto, este proyecto se enfoca en una exportación a Los Ángeles-Estados Unidos, a quienes se les brindará un producto generador de sensaciones y experiencias positivas que pueden ser compartidas en un determinado entorno. Por último, el proyecto de

inversión privada pretende acaparar un 100% del mercado, sin embargo, ante los factores riesgos que presenta el mercado se cubrirá un 60%.

CAPÍTULO IV. Estudio Técnico:

ESTUDIO TÉCNICO								
OBJETIVO – META – ESTRATEGIA - INDICADORES Y MEDICIÓN DE INDICADORES (OMEIN)								
4.1.CAPACIDAD O TAMAÑO DEL PROYECTO:				4.2.TAMAÑO DE MERCADO OBJETIVO Y CANTIDAD DEMANDADA				
Capacidad Inicial El tamaño de la planta procesadora de café orgánico será de 25000m2 y producirá 4942 toneladas de café orgánico lo que en quintales son 494221.98 quintales/año.				Se atenderá a las empresas privadas dedicadas a la distribución y comercialización de café orgánico en el mercado de Los Ángeles. Teniendo una cantidad demandada anual de 4942 toneladas de café orgánico.				
LOCALIZACIÓN (MACRO):								
N	Factor	Peso	Jaén		Bagua Grande		San Ignacio	
			Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
1	Accesibilidad de la materia prima	40%	5	1	4	0.8	5	1.25
2	Mano de obra	25%	2	0.6	3	0.9	5	1.25
3	Disponibilidad de terrenos industriales	15%	3	0.75	2	0.5	5	1.5
4	Costos de transporte	20%	2	0.5	2	0.5	3	0.6
TOTAL				2.85		2.7		4.6
<p>El método utilizado para decidir la localización del proyecto está basado en diferentes factores como la accesibilidad de materias prima, mano de obra, disponibilidad de terrenos industriales y costos de transporte. Se colocó un peso, calificación y ponderación; después de multiplicar y sumar se obtuvo la mejor alternativa. El análisis de localización nos ha permitido elegir la mejor provincia la cual es “San Ignacio”, de acuerdo con las necesidades que el proyecto requiere. Además, considerando todo lo anteriormente realizado, se tomó como opción la provincia de San Ignacio, el distrito de “San Ignacio” Av. San Ignacio 625, San Ignacio, Cajamarca donde se adquirirá el terreno para la planta procesadora.</p> <p>Figura 11: Área geográfica de la provincia de San Ignacio</p>								

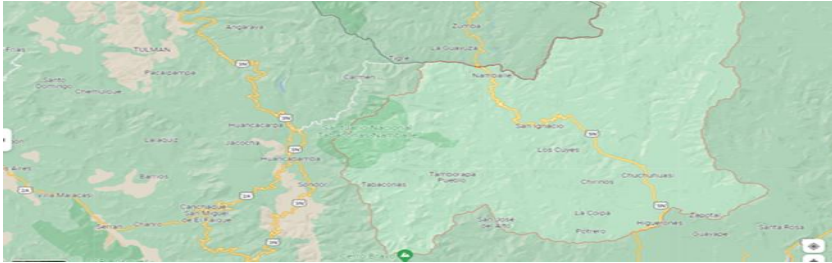


Ilustración 1: Provincia de San Ignacio-Cajamarca

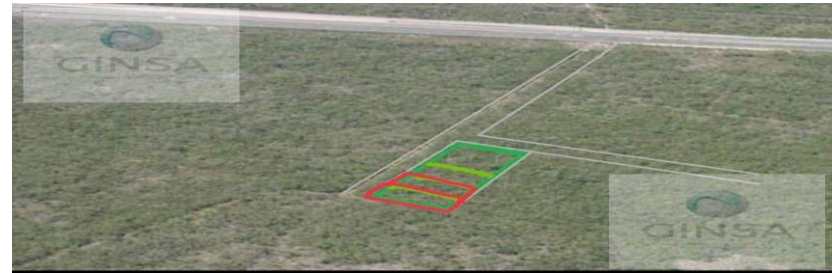
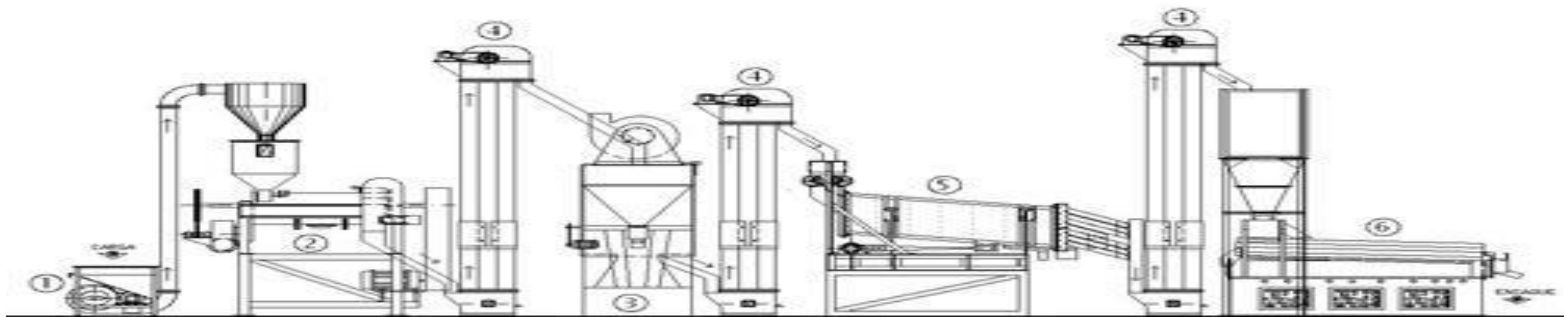


Ilustración 2: Ubicación del terreno distrito de San Ignacio

4.3.Producto (Diseño):

La planta procesadora de café orgánico contará con un diseño abierto, equipado de una alta tecnología y procesos estandarizados, el mismo contará con un almacén para la reserva de la materia prima, así mismo, contará con maquinaria adecuada para desarrollar un adecuado proceso de lavado hasta envasado del producto, para el proceso se requiere de una máquina de compacto ecológico, el cual, se encarga de despulpar, seleccionar y lavar los granos de café, máquinas despulpadoras, se encarga de la separación de la pulpa y granos de café, separadoras gravimétricas, separa los granos y semillas, Lavadoras de café, desarrolla una purificación posterior al despulpado, secadoras, permite el secado sin necesidad de manipulación o contacto, piladoras y pulidoras, pela y pule las pepas de café secas, Tostadoras centrífugas para café natural, y maquinaria para la molienda del café (molino de rodillos). Con lo mencionado ofreceremos un producto final de calidad, cuidando al máximo aspectos ambientales como la luz, el ruido y el tratamiento de aguas, para poder respetar por consiguiente al medio ambiente.



4.4. Producto calidad: Ficha técnica

Tabla 6: :Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA-CAFÉ ORGÁNICO	
Nombre:	Café Arábico
Descripción del producto:	Café orgánico tostado, molido y envasado sin preservantes en envase Trilaminado
Descripción del proceso de elaboración:	Elaboración cumpliendo las normas reguladas
Información nutricional	Energía 444.00 KCAL % Proteína: 14.63% Lípidos 15.24% Carbohidratos: 62.19%
Características físicas	Aspecto: Granular Humedad: 1.5-2.5% CTN: 48
Características químicas	Cafeína > 1.75%
Características microbiológicas	El producto terminado debe cumplir con las normas sanitarias RMN 591-2008 MINSA
Características	Olor: Café Tostado Color: Marrón oscuro Aroma: Café Acidez: Baja Cuerpo: Intenso Sabor: Intenso
Condiciones de almacenamiento	Almacenar en lugares frescos y secos
Envase	Bolsa Trilaminado
Presentación	250 g, 500 gr
Tiempo de vida	1 año

4.5. Producto (diseño):

Tabla 7: Diagrama de flujos del proceso administrativo:

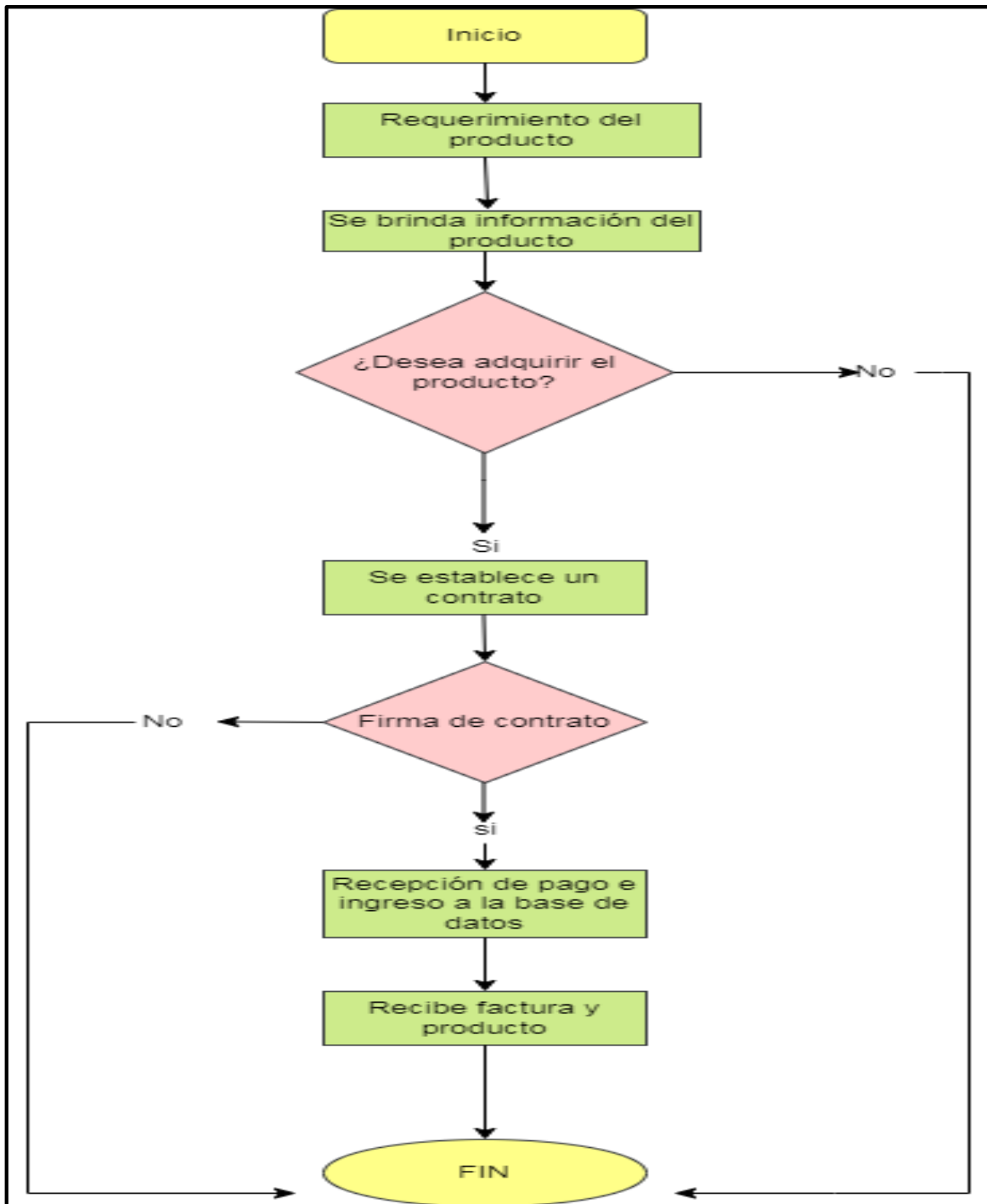
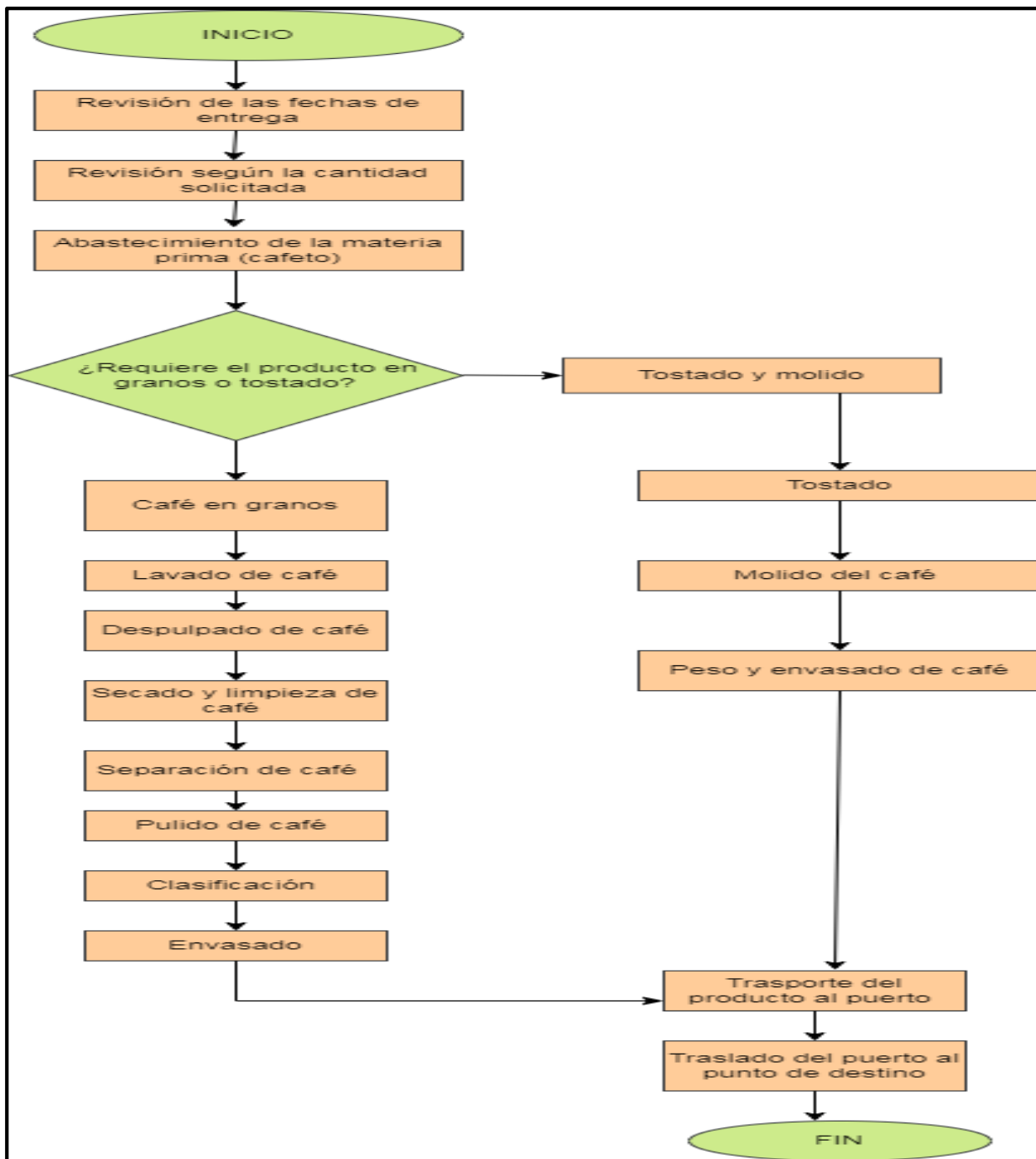


Tabla 8: Diagrama de procesos productivos de la planta procesadora de café orgánico



4.6. PRODUCCIÓN

<p>PRODUCCIÓN – MANTENIMIENTO:</p> <p>Todos los equipos que se utilizarán en la planta son básicamente maquinaria industrial para el procesamiento del café orgánico, por ello se considera disponer de un plan de mantenimiento preventivo de mantenimiento industrial, lo que permitirá reducir significativamente las averías, así como la reducción de los costes anuales de mantenimiento por falta de cuidado.</p> <p>Dicho esto, los procedimientos de mantenimiento serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprobación de los cables para detectar posibles daños y revisión de todos los enchufes para ver si están correctamente insertados tal como indica el manual de instrucciones de la maquinaria. • Verificación de que la maquinaria esté libre de residuos, antes y después de cada turno • Limpieza de las superficies de la máquina para evitar la suciedad y otros desechos sueltos cada día. • Inspecciona regularmente piezas que componen la maquinaria para comprobar que estén bien afiladas. • Calibrar las máquinas regularmente. • Actualización diaria del software de control de la maquinaria. 	<p>PRODUCCIÓN-GESTIÓN AMBIENTAL:</p> <p>El mantenimiento de la infraestructura de la edificación de la planta procesadora de café orgánico incluye los siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Cimentación: La cimentación es de difícil mantenimiento, por eso será más fácil prever problemas prestando atención a la fase de construcción, dándole bases profundas y tomando medidas de protección, así como considerando factores que pueden alterar su durabilidad, siendo la humedad el principal factor a proteger. •Limpieza: Se realizará una limpieza constante a las instalaciones para evitar su contaminación y acumulación de residuos. Esto se cumplirá con el fin de evitar la acumulación de estos desechos en la infraestructura de la planta, lo cual puede generar corrosión, adherencia, aislamiento, etc. •Inspección: Se realizarán supervisiones trimestrales de la infraestructura de la planta y de la maquinaria. Esta actividad se realizará a través de debidas programaciones y considerando las características técnicas del territorio. Las supervisiones son importantes porque ayudan a ofrecer un servicio mucho más
--	--

	<p>eficiente, reducen los costos de reparación y los equipos se pueden utilizar al 100% en la operatividad.</p> <p>•Reparación y reemplazo: Se realizará una inspección para poder localizar los elementos que se necesitan reparar o reemplazar en la infraestructura para evitar fallos o problemas.</p>
--	--

PRODUCCIÓN – MANO DE OBRA:

Así mismo, se plantea realizar capacitaciones constantes al personal operativo cada 3 meses las cuales se basarán en temas de:

- ✓ Normatividad sanitaria
- ✓ Capacitaciones sobre el tostado y molido del café
- ✓ Buenas prácticas de manipulación y almacenamiento
- ✓ Buenas prácticas de preservación de riesgo en la planta de procesadora
- ✓ Procedimiento de limpieza y desinfección de la planta procesadora.
- ✓ Prevención de la contaminación ambiental.

El control de la higiene y hábitos del personal que participa directamente en las operaciones de procesos para la fabricación del café orgánico y tareas previas entre otras, o el personal que ingrese por cualquier circunstancia a las áreas procesamiento y almacén, estará determinado por la vigilancia y verificación de los siguientes requisitos:

- ✓ Revisión de uniformes: Limpieza y uso adecuado.
- ✓ Detección de personal ejecutando prácticas inadecuadas durante el proceso o almacenaje.
- ✓ Monitoreo diario de la correcta aplicación del procedimiento de lavado de manos.
- ✓ El jefe de Limpieza y Desinfección verificará semanalmente el cumplimiento del presente procedimiento.

PRODUCCIÓN - CADENA DE SUMINISTRO:

Figura 12: Cadena de suministros

Para la planta procesadora de café orgánico.

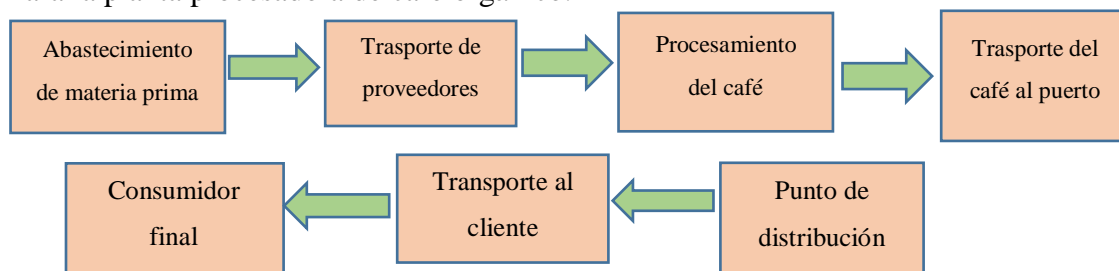


Tabla 9: Matriz OMEIN

Redactar la Ventaja Estratégica de Innovación	ESTRATEGIAS DEL ESTUDIO TÉCNICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO DEL ESTUDIO TÉCNICO	OBJETIVO ESPECÍFICO (META)	ESTRATEGIA OPERACIONES /PRODUCCIÓN (5 Ps)	INDICADORES	INDICADORES PARA LA ALTA DIRECCIÓN	MEDICION INDICADOR PARA VERIFICAR CUMPLIMIENTO DE LA META
Producto 100% orgánico con garantía de calidad, primera planta dedicada al procesamiento de café de calidad	CORTO PLAZO		Tener la capacidad de producción de un 100% de la cantidad pertenecientes a la demanda a cubrir y hacer capacitaciones constantes sobre las buenas prácticas de manejo y manipulación del producto	<p>1-De producto: La planta procesadora brindará café orgánico de primera calidad, este tipo de café cumplirá los estándares en base al sabor, olor, color, acidez, que un buen café debe tener.</p> <p>2-De procesos: Establecer y cumplir protocolos para las actividades de recepción de materias primas y colocación de estas en la planta, respetándose las secuencias, los tiempos y el traslado.</p> <p>3-De producción: Establecer el máximo de pérdida para evitar penalidades que afecten los</p>	<p>PARA LAS 5 P ELEMENTOS OPTIMIZACIÓN:</p> <p>1. Capacidad del Proyecto</p> <p>2. Indicadores de macro y micro localización</p> <p>3. Indicadores de Diseño de Producto (Factores objetivos y subjetivos del cliente)</p> <p>4. Indicadores de Diseño de Procesos (Diagramas de Flujo)</p> <p>5. Indicadores de Calidad de Producto (ficha Técnica)</p> <p>6. Indicadores de Calidad de los Procesos (Indicadores de capacidad y eficiencia total); (Tiempos, Movimientos, Métodos de trabajo del colaborador)</p>	<p>DE EFICIENCIA TOTAL</p> <p>Eficiencia de la Disponibilidad de Tiempo Productivo</p> <p>Eficiencia en el uso de la Capacidad Productiva de los equipos</p> <p>Eficiencia de la Calidad de la Producción</p> <p>productividad monofactorial</p> <p>productividad multifactorial</p> <p>cumplimiento de estándares de producción y de gestión ambiental</p> <p>diseño y propuestas de capacitaciones e incentivos de mano de obra</p> <p>kpi de aprovisionamiento</p> <p>to primer nivel</p>	<p>Medición Diaria</p> <p>Medición Diaria</p> <p>Medición no mayor a 30 días</p> <p>Medición Diaria Según ciclo de</p> <p>Mantenimiento Preventivo establecido</p> <p>Anual</p> <p>Mensual</p>

				<p>ingresos de la planta.</p> <p>4-De planta: Establecer protocolos de comunicación y orden de acceso a las instalaciones de la planta para evitar accidentes y tener un acceso y salida rápida sin interrupciones en la planta.</p> <p>5-De personas: Parte fundamental de las operaciones de la planta; por tanto, se buscará su satisfacción por medio de un buen clima laboral, charlas de capacitación y se le inculca una cultura orientada a la mejora continua</p>	<p>7. Tiempo de Ciclo de Producción y tiempos estándar.</p> <p>8. Tiempo entre ciclos de producción.</p> <p>9. Indicadores de Mano Obra (desempeño / productividad, autonomía y gestión del conocimiento /tecnología interna)</p> <p>10. Indicadores KPI Gestión Cadena de Suministro (Nivel Estratégico del Modelo SCOR)</p>		
	MEDIANO PLAZO		<p>Tener la capacidad de producción de un 100% de la cantidad pertenecientes a la demanda a cubrir y hacer capacitaciones constantes</p>	<p>1-De producto: La planta procesadora brindará café orgánico de primera calidad, este tipo de café cumplirá los estándares en base al sabor, olor, color, acidez, que un buen café debe tener.</p> <p>2-De procesos:</p>	<p>PARA LAS 5 P ELEMENTOS OPTIMIZACIÓN:</p> <p>1. Capacidad del Proyecto</p> <p>2. Indicadores de macro y micro localización</p> <p>3. Indicadores de Diseño de Producto (Factores objetivos y subjetivos del cliente)</p> <p>4. Indicadores de</p>	<p>DE EFICIENCIA TOTAL</p> <p>Eficiencia de la Disponibilidad de Tiempo Productivo</p> <p>Eficiencia en el uso de la Capacidad Productiva de los equipos</p> <p>Eficiencia de la Calidad de la Producción</p> <p>productividad monofactorial</p>	<p>Medición Diaria</p> <p>Medición Diaria</p> <p>Medición no mayor a 30 días</p> <p>Medición Diaria Según ciclo de</p> <p>Mantenimiento Preventivo establecido</p>

			<p>sobre las buenas prácticas de manejo y manipulación del producto</p>	<p>Cumplir con los protocolos organolépticos, es decir, establecer cuidado al momento de tostar y moler, ya que, el café debe cumplir una puntuación en base a sus atributos, uno de ellos es la fragancia quien debe contar con 7.50 puntos, cada atributo tendrá la puntuación debida y exigida por los estándares de calidad.</p> <p>3-De producción: Establecer el máximo de pérdida para evitar penalidades que afecten los ingresos de la planta.</p> <p>4-De planta: Establecer protocolos de comunicación y orden de acceso a las instalaciones de la planta para evitar accidentes y tener un acceso y salida rápida sin interrupciones en la planta.</p> <p>Optimización de</p>	<p>Diseño de Procesos (Diagramas de Flujo). 5. Indicadores de Calidad de Producto (ficha Técnica)</p> <p>6. Indicadores de Calidad de los Procesos (Indicadores de capacidad y eficiencia total); (Tiempos, Movimientos, Métodos de trabajo del colaborador)</p> <p>7. Tiempo de Ciclo de Producción y tiempos estándar.</p> <p>8. Tiempo entre ciclos de producción.</p> <p>9. Indicadores de Mano Obra (desempeño / productividad, autonomía y gestión del conocimiento /tecnología interna)</p> <p>10. Indicadores KPI Gestión Cadena de Suministro (Nivel Estratégico del Modelo SCOR)</p>	<p>productividad multifactorial cumplimiento de estándares de producción y de gestión ambiental de mantenimiento diseño y propuestas de capacitaciones e incentivos de mano de obra kpi de aprovisionamiento primer nivel</p>	<p>Anual</p> <p>Mensual</p>
--	--	--	---	---	--	---	-----------------------------

				la cola de entrada y cola de salida. 5-De personas: Parte fundamental de las operaciones de la planta; por tanto, se buscará su satisfacción por medio de un buen clima laboral, charlas de capacitación y se le inculca una cultura orientada a la mejora continua			
	LARGO PLAZO	POSICIONAR A LA EMPRESA COMO AL MEJOR PROPUESTA DE VALOR EN AGROEXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO, OFRECIENDO UN PRODUCTO DE CALIDAD EN CUANTO A LAS PROPIEDADES ORGANOLÉPTICAS, FOMENTANDO UNA CULTURA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE COMO UN ESTILO DE VIDA.	Tener la capacidad de producción de un 100% de la cantidad pertenecientes a la demanda a cubrir y hacer capacitaciones constantes sobre las buenas prácticas de manejo y manipulación del producto	1-De producto: La planta procesadora brindará café orgánico de primera calidad, este tipo de café cumplirá los estándares en base al sabor, olor, color, acidez, que un buen café debe tener. 2-De procesos: Cumplir con los protocolos organolépticos, es decir, establecer cuidado al momento de tostar y moler, ya que, el café debe cumplir una puntuación en base a sus atributos, uno de ellos es la fragancia quien	PARA LAS 5 P ELEMENTOS OPTIMIZACIÓN: 1. Capacidad del Proyecto 2. Indicadores de macro y micro localización 3. Indicadores de Diseño de Producto (Factores objetivos y subjetivos del cliente) 4. Indicadores de Diseño de Procesos (Diagramas de Flujo). 5. Indicadores de Calidad de Producto (ficha Técnica) 6. Indicadores de Calidad de los Procesos (Indicadores de capacidad y eficiencia total);	DE EFICIENCIA TOTAL Eficiencia de la Disponibilidad de Tiempo Productivo Eficiencia en el uso de la Capacidad Productiva de los equipos Eficiencia de la Calidad de la Producción productividad monofactorial productividad multifactorial cumplimiento de estándares de producción y de gestión ambiental de mantenimiento diseño y propuestas de capacitaciones e incentivos de mano de obra kpi de aprovisionamiento to primer nivel	Medición Diaria Medición Diaria Medición no mayor a 30 días Medición Diaria Según ciclo de Mantenimiento Preventivo establecido Anual Mensual

				<p>debe contar con 7.50 puntos, cada atributo tendrá la puntuación debida y exigida por los estándares de calidad.</p> <p>4-De planta: Establecer protocolos de comunicación y orden de acceso a las instalaciones de la planta para evitar accidentes y tener un acceso y salida rápida sin interrupciones en la planta.</p> <p>5-De personas: Parte fundamental de las operaciones de la planta; por tanto, se buscará su satisfacción por medio de un buen clima laboral, charlas de capacitación y se le inculca una cultura orientada a la mejora continua</p>	<p>(Tiempos, Movimientos, Métodos de trabajo del colaborador)</p> <p>7. Tiempo de Ciclo de Producción y tiempos estándar.</p> <p>8. Tiempo entre ciclos de producción.</p> <p>9. Indicadores de Mano Obra (desempeño / productividad, autonomía y gestión del conocimiento /tecnología interna)</p> <p>10. Indicadores KPI Gestión Cadena de Suministro (Nivel Estratégico del Modelo SCOR)</p>		
--	--	--	--	---	---	--	--

4.7. Determinación de la estructura de la inversión

4.7.1. Tangibles e Intangibles

TANGIBLES			
TERRENOS		TOTALES	S/ 3,350,000.00
INMUEBLES		TOTALES	S/ 225,000.00
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total por Detalle
Trilladora	1	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00
Maquina despulpadora	1	S/ 13,000.00	S/ 13,000.00
moladora y pulidora de café	1	S/ 1,250.00	
Separadora gravimetrica	1	S/ 15,568.00	S/ 15,568.00
lavado de café	1	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00
centrifuga para café	1	S/ 2,900.00	S/ 2,900.00
Bascula	1	S/ 110.00	S/ 110.00
Maquina empacadora	1	S/ 23,000.00	S/ 23,000.00
tostadora industrial	1	S/ 1,210,000.00	S/ 1,210,000.00
selladora	1	S/ 45,000.00	S/ 45,000.00
TOTAL			S/ 1,331,578.00
OTRAS ÁREAS			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total por Detalle
Computadora Imac 20"	5	S/ 2,500.00	S/ 12,500.00
Escritorio Movenda	5	S/ 340.00	S/ 1,700.00
Silla de oficina	5	S/ 210.00	S/ 1,050.00
Laptop Legion	7	S/ 5,430.00	S/ 38,010.00
Mesa de conferencia	1	S/ 520.42	S/ 520.42
Teléfono Panasonic	3	S/ 45.00	S/ 135.00
TOTAL			S/ 53,915.42
TOTALES			S/ 1,385,493.42

ACTIVOS INTANGIBLES

ACTIVOS INTANGIBLES		
Constitución	S/	845.00
Licencias	S/	1,800.00
TOTAL	S/	2,645.00

4.7.3. Determinación de proyecciones de producción demanda insatisfecha

	2023	2024	2025	2026	2027
Número de sacos	9396	9766	10125	10475	10814
Precio por kg de café	S/ 6.50	S/ 6.50	S/ 6.50	S/ 6.50	S/ 6.50
Precio por saco	S/ 650.00	S/ 6,107,305.87	S/ 6,347,588.30	S/ 6,581,323.62	S/ 6,808,511.83
TOTAL	S/ 6,168,379	S/ 6,411,064	S/ 6,647,137	S/ 6,876,597	S/ 7,099,444

4.7.4. Mano de obra directa(MOD)

CARGO	n°	SUELDO MENSUAL (SOLES)	GRATI 16.67%	ESSALUD 9%	CTS 9.72%	COSTO UNIT. MENSUAL	SUELDO ANUAL
Operarios	6	S/ 1,600.00	S/ 266.72	S/ 144.00	S/ 155.52	S/ 2,166.24	S/ 155,969.28

MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL							
	2023	2024	2025	2026	2027		
MOD Anual	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28		

4.7.5. Presupuesto de costos indirectos

CIF	MENSUAL	ANUAL
Agua	S/ 560.00	S/ 1,680.00
Electricidad	S/ 510.00	S/ 1,530.00
Teléfono	S/ 150.00	S/ 450.00
Repuestos equipos	S/ 340.00	S/ 1,020.00
Mantenimiento equipos	S/ 1,000.00	S/ 3,000.00
DEPRECIACIÓN		S/ -
TOTAL	S/ 2,560.00	S/ 7,680.00

Se concluye en que existe viabilidad de parte del estudio técnico ya que la planta tendrá una superficie de 25000m², y producirá 4942 toneladas de café orgánico lo que equivale a 494,221.98 kilogramos. Por último, se logró estimar en base a la ubicación una ponderación de 4.6 para San Ignacio como lugar óptimo para la ubicación de la planta.

CAPÍTULO V. Estudio organizacional
OBJETIVO – META – ESTRATEGIA – INDICADOR – MEDICIÓN INDICADORES (OMEIN)

5.1.MODELO Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La organización es vista como un sistema o conjunto de procesos interrelacionados para lograr las metas establecidas. Por lo tanto, se utilizará un modelo organizacional basado en procesos, porque es una forma de dirigir o gestionar adecuadamente las actividades y relaciones de la empresa. El valor estratégico de este modelo es diferenciarse brindando servicios representativos y predecibles a los clientes, lo que ayudará a posicionar a la compañía en un mercado altamente competitivo.



5.2. Manual de organización y funciones

- Gerente de la planta:

Perfil

- ✓ Profesional titulado en administración, economía, ingeniería industrial
- ✓ Experiencia mínima de 8 años en manejo de plantas procesadoras del sector agroindustrial
- ✓ Experiencia en trato de personal
- ✓ Conocimiento y manejo de herramientas informáticas
- ✓ Experiencia de planificación de estrategias comerciales exteriores

Funciones:

- Contratación de personal
- Control de actividades
- Estructurar objetivos a corto, mediano y largo plazo, y controlar que se estén cumpliendo adecuadamente.
- Operario

Perfil

- ✓ Conocimiento en actividades de procesamiento de café orgánico.
- ✓ Manejo de maquinaria industrial
- ✓ Manejo de herramientas sistemáticas

Función

Responsable de la ejecución de procesos de lavado, tostado, molienda, empaquetado del producto, así mismo estará encargado del cuidado de la maquinaria, ante los turnos rotativos que se presentarán, se requerirá de seguridad en base al cuidado de la maquinaria, esa función será desempeñada por el operario de turno.

- Limpieza y mantenimiento:

Perfil

- ✓ Conocimiento en mantenimiento de maquinaria industrial
- ✓ Manejo de herramientas informáticas

Estarán encargados de la limpieza y mantenimiento de la maquinaria, para mayor eficiencia y cuidado, trabajarán de la mano con los operarios, para desarrollar un óptimo cuidado al momento de procesar el café orgánico.

5.3. Estrategias de reclutamiento, selección, inducción, integración, desarrollo y retención del capital humano.

5.3.1. Estrategia de reclutamiento

- El portal electrónico de la empresa y el departamento de contratación de la empresa deben estar vinculados a diversos sistemas de seguimiento y control.
- La empresa puede aprovechar las plataformas de empresas de trabajo temporal para publicar ofertas de trabajo.
- Utilizar Reclutamiento Social con redes sociales como LinkedIn, Computrabajo y otras.

5.3.2. Estrategia de selección

- Se someterán a pruebas de habilidades blandas
- Se someterán a pruebas de conocimiento, psicológicas, psicotécnica y entrevista personal
- Control del estado financiero actual del postulante con el objetivo de analizar el grado de responsabilidad del mismo

5.3.3. Estrategia de inducción e integración

- Ingreso de los candidatos seleccionado con supervisión para controlar su desempeño
- Información de las normas, políticas, valores, objetivo de la empresa
- Previa capacitación de actividades que estén sometidas a riesgo medio alto y alto
- Desarrollo de actividades de interacción entre las distintas áreas

5.3.4. Estrategia de desarrollo

- Ante el ingreso de los candidatos se busca fomentar la cultura de la empresa.
- Se motiva al colaborador para un adecuado desempeño

5.3.5. Retención del capital humano

- La empresa procesadora de café orgánico brindará beneficios tanto económicos como profesionales, así mismos beneficios sociales, se aplicarán jornadas laborables.

5.4. ESTRATEGIAS DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL (Relacionado al Plan Estratégico de la Institución y Desarrollo del Trabajador)

Se establecerán capacitaciones constantes para los trabajadores, estas capacitaciones están enfocadas tanto actividades que permitan explotar al máximo su capacidad cognitiva como emocional, se brindarán cursos que permitan que el personal se sienta más familiarizado con el sector agroindustrial, en especial en temas de café, así mismo, se les brindarán cursos para mejoras en herramientas informáticas, como Excel avanzado, Python, SQL, por último se les brindará charlas motivacionales, para reconocer sus motivaciones internas.

5.4.1. Plan de Motivaciones: reconocimientos, delegación, autonomía, participación accionaria

Entre las actividades se pretende establecer

Empleado del mes

Reconocimiento de actividades mensualmente, el trabajador tendrá una cantidad de requisitos para ser premiado mensualmente, se le calificará asistencia puntual, asistencia a todos sus cursos, seminarios y/o capacitaciones, así como el porcentaje acumulado por eficiencia de acuerdo a su área.

Celebración de fechas importantes

Se tendrá presente cada actividad, como son cumpleaños, y fechas festivas por cada profesión o actividad, como son día del ingeniero, del operador, etc. Además, se celebra las fechas del día del padre, madre, con el fin de mostrar la importancia que tiene el personal en la empresa.

Plan de incentivos: por producción y productividad

- ✓ Se brindarán premios en reuniones a los trabajadores que desarrollen propuestas que permitan mejorar la productividad de la empresa, el mejor proyecto tendrá un reconocimiento denominado premio presidente, este premio tendrá consigo un bono además de un diploma.
- ✓ Bonos y canastas para los colaboradores, que permita contribuir a cada uno de los trabajadores
- ✓ Reconocimiento a los colaboradores con mejor puntuación en el mes

Plan de protección de la vida y la salud (SST, EPS Y Seguro de vida)

En la planta se va a priorizar la implementación y desarrollo de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo (SG-SST), esto estará apoyado por la gerencia general

velando por el bienestar físico, mental y social de cada uno de los colaboradores en zonas de trabajo seguras, minimizando así los incidentes, accidentes y/o enfermedades.

Tabla 10: Implementos de seguridad

Se contará con:

<p>Guantes de seguridad: El riesgo de lesiones en las manos aumenta si no tiene puestos guantes de seguridad. Brindan protección contra los siguientes riesgos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Electricidad. • Productos químicos. • el calor. 	
<p>Gafas de seguridad Para que los ojos estén totalmente seguros, es indispensable utilizar las gafas de seguridad. Las más empleadas son las de cristales resistentes y con protección en la parte lateral.</p>	
<p>Vestimenta Las prendas en las plantas también actúan como parte de protectores con el fin de evitar lesiones en el cuerpo.</p>	
<p>Cascos Su función principal es resguardar la cabeza ante posibles caídas de objetos u lesiones accidentales.</p>	
<p>Protectores auditivos La salud auditiva también debe ser cuidada, especialmente en aquellos espacios donde se trabaja con maquinarias ruidosas. Para evitar escuchar ruidos a altos decibeles, nada mejor que los tapones y orejeras.</p>	
<p>Zapatos de seguridad Los zapatos de seguridad permiten resguardar al colaborador frente a objetos filosos, superficies ásperas o caída de objetos.</p>	

Tabla 11: Matriz OMEIN

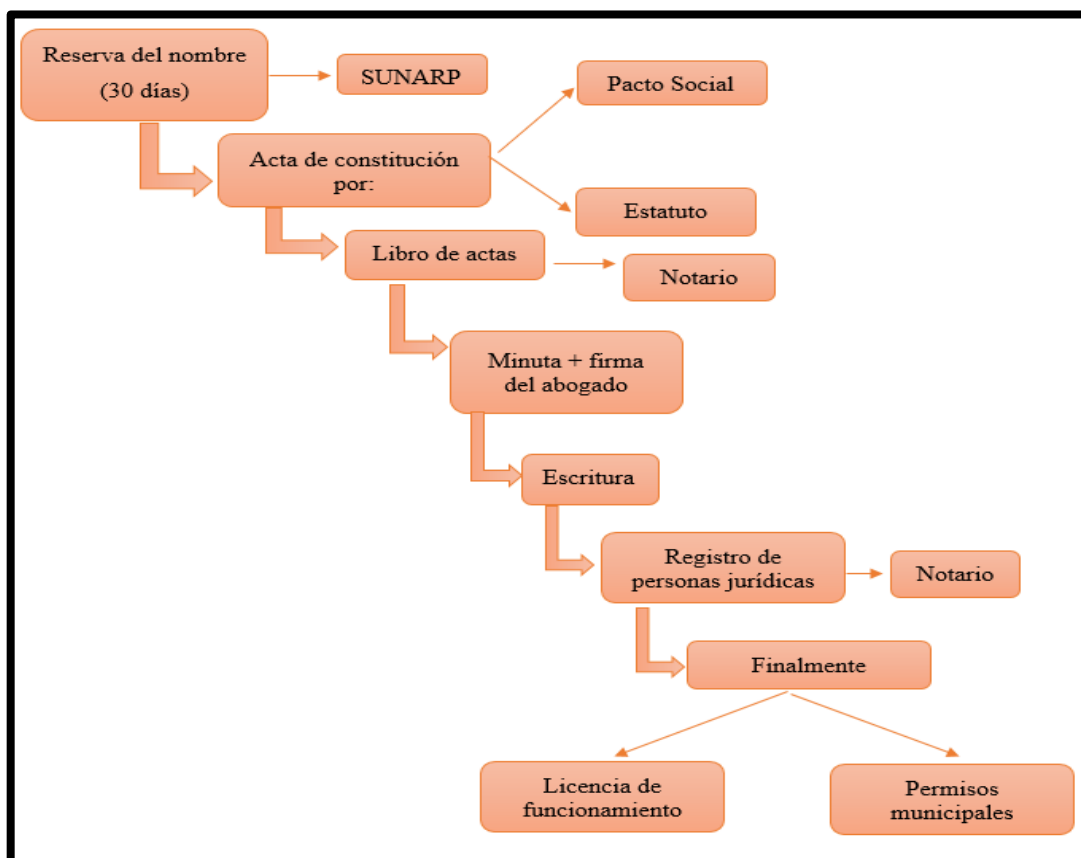
Redactar la Ventaja Estratégica de Innovación	ESTRATEGIAS DE ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	INDICADORES	MEDICIÓN INDICADOR PARA VERIFICAR CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO
Producto 100% orgánico con garantía de calidad, primera planta dedicada al procesamiento de café de calidad	CORTO PLAZO	Al primer año: Lograr la integración del personal al 100%	ESTRATEGIAS ADMINISTRACIÓN DE PERSONAS Cumplir con las estrategias de reclutamiento y preselección, integración, inducción y retención plan de desarrollo persona	1.ESTRATEGIAS ADMINISTRACIÓN DE PERSONAS Cumplir con las estrategias de reclutamiento y preselección, integración, inducción y retención plan de desarrollo personal	ESTRATEGIAS DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAS Medios de reclutamiento Criterios: Conocimientos y experiencia Capacidades intelectuales: Inteligencia General, Conceptualización, Capacidad de Análisis y síntesis Dimensiones personales: Afán de logro Implicación en el trabajo Estabilidad de comportamientos Independencia de criterio Capacidad para tomar decisiones Relación interpersonal Contratos laborales Seguridad y Salud Ocupacional Leyes laborales y previsionales Seguimiento y Control Motivos: Ambiciones profesionales Salarios Carrera profesional Política de incentivos	Mensual

	MEDIANO PLAZO		<p>Al tercer año: Desarrollar un mejor clima laboral, incrementar el compromiso organizacional y reducir las rotaciones del personal a un 87%</p>	<p>2. ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN DE PERSONAS - Gestión del conocimiento - Motivos - Motivaciones - Liderazgo compartido</p>	<p>ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN DE PERSONAS Gestión del conocimiento: - Almacenamiento. - Socio cultural. - Tecnológicos. Capital Intelectual: - Capital Humano. - Capital Relacional. - Capital Estructural. Cultura Organizacional Capital social organizacional interno Motivaciones: - Intereses y expectativas. - Reconocimientos. - Clima laboral. - Promoción y crecimiento profesional. - Delegación. - Comunicación eficaz. - Valoración del trabajo del empleado</p>	Mensual
	LARGO PLAZO	<p>POSICIONAR A LA EMPRESA COMO LA DE MEJOR CULTURA ORGANIZACIONAL, SEGURIDAD OCUPACIONAL Y QUE SU PERSONAL ADMINISTRATIVO DESARROLLE LOS PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS DE LA ORGANIZACIÓN GARANTIZANDO</p>	<p>Al quinto año: incrementar el compromiso organizacional en un 90%</p>	<p>RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Calidad Ética, cumplimiento de la ISO 26000</p> <p>GESTIÓN POR PROCESOS - Calidad</p>	<p>RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Derechos humanos: - Respeto de normas. - Impactos negativos. - Políticas de respeto. - Evaluación del respeto. - - Involucramiento de todas las partes interesadas. - Promueve la diversidad Relaciones laborales: - Políticas de estabilidad laboral. - Existencia de discriminación. -</p>	Mensual

		EL BUEN TRATO AL CLIENTE Y SUPERANDO LAS EXPECTATIVAS DEL MISMO.		total: producto / servicio procesos - Principios de calidad - Modelos Normativos - Modelos de excelencia de la calidad	Privacidad de datos personales. - Cumplimiento de horario - Reconocimiento de horas extras. - Derecho de libertad de asociación. - Beneficios de ley Salud y seguridad. - Equipo de seguridad Ambiente de trabajo. - Canal de comunicación. - Bienestar familiar. Prácticas laborales: - Contratación de personal. - Satisfacción laboral. - Incentivos Servicios de apoyo. - Indicadores de desempeño. - Programas de calidad de vida. GESTIÓN POR PROCESO Macro procesos (Mapa de procesos) Procesos: estratégicos, principales, de apoyo, auxiliares. Perspectiva horizontal de la Organización por procesos. Principios axiológicos, Políticas de Calidad y Sistema de Aseguramiento de la Calidad Mejora Continua – Ciclo PDCA Indicadores	
--	--	--	--	--	---	--

Figura 13: Flujograma de creación de la empresa

Flujograma general de creación, estructura de constitución, verificación y registro de la futura empresa. Incluir en el flujograma los procesos de:



5.5. Presupuesto del estudio organizacional

CARGO	n°	SUELDO MENSUAL (SOLES)	GRATI 17%	ESSALUD 9%	CTS 9.72%	COSTO UNIT. MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente General	1	\$/ 4,500.00	\$/ 750.15	\$/ 405.00	\$/ 437.40	\$/ 6,092.55	\$/ 73,110.60
Gerente de Operaciones	1	\$/ 1,600.00	\$/ 266.72	\$/ 144.00	\$/ 155.52	\$/ 2,166.24	\$/ 25,994.88
Contabilidad	1	\$/ 1,300.00	\$/ 216.71	\$/ 117.00	\$/ 126.36	\$/ 1,760.07	\$/ 21,120.84
RRHH	1	\$/ 1,100.00	\$/ 183.37	\$/ 99.00	\$/ 106.92	\$/ 1,489.29	\$/ 17,871.48
Personal de seguridad	2	\$/ 1,100.00	\$/ 183.37	\$/ 99.00	\$/ 106.92	\$/ 1,489.29	\$/ 35,742.96
Personal de limpieza y mantener	3	\$/ 1,100.00	\$/ 183.37	\$/ 99.00	\$/ 106.92	\$/ 1,489.29	\$/ 53,614.44
TOTAL							\$/ 227,466.20

Se determinó que el modelo organizacional y legal empleado para la empresa, está enfocada en base de procesos, con el objetivo de mejorar la gestión y lograr mayor eficiencia, así mismo, se emplea gestión en base a los conocimientos como parte de la ventaja competitiva.

CAPÍTULO VI. Estudio económico y financiero

Tabla 12: Balance inicial

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
Activo corriente		PASIVO	
Efectivo	S/ 589,901.33	PASIVO CORRIENTE	S/ -
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE		TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	S/ -
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	S/ -
TANGIBLE	S/ 1,881,843.42	TOTAL	S/ -
INTANGIBLE	S/ 2,645.00	PATRIMONIO	S/ 2,474,389.75
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/ 1,884,488.42	CAPITAL SOCIAL	
TOTAL	S/ 2,474,389.75	TOTAL	S/ 2,474,389.75

Tabla 13: Balance proyectado

	2022(AÑO 0)	2023	2024	2025	2026	2027
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja	S/ 589,901.33	S/ 2,201,504.71	S/ 3,498,878.74	S/ 4,854,161.34	S/ 6,264,905.76	S/ 7,728,555.23
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/ 589,901.33	S/ 2,201,504.71	S/ 3,498,878.74	S/ 4,854,161.34	S/ 6,264,905.76	S/ 7,728,555.23
ACTIVO NO CORRIENTE						
Tangible	S/ 1,881,843.42	S/ 1,881,843.42	S/ 1,881,843.42	S/ 1,881,843.42	S/ 1,881,843.42	S/ 1,881,843.42
Inversión Fija Intangible	S/ 2,645.00	S/ 2,645.00	S/ 2,645.00	S/ 2,645.00	S/ 2,645.00	S/ 2,645.00
Depreciación, amortización	S/ -	S/ 325,297.68	S/ 650,595.37	S/ 975,893.05	S/ 1,301,190.74	S/ 1,626,488.42
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/ 1,884,488.42	S/ 1,559,190.74	S/ 1,233,893.05	S/ 908,595.37	S/ 583,297.68	S/ 258,000.00
TOTAL ACTIVO	S/ 2,474,389.75	S/ 3,760,695.44	S/ 4,732,771.80	S/ 5,762,756.71	S/ 6,848,203.45	S/ 7,986,555.23
PASIVO Y PATRIMONIO						
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Impuesto a la renta por pagar	S/ -	S/ 405,955.83	S/ 437,274.44	S/ 468,540.45	S/ 499,863.93	S/ 531,372.64
Parte Cte.Préstamo Bancario	S/ -	S/ 104,254.05	S/ 121,013.36	S/ 140,466.80	S/ 163,047.47	S/ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/ -	S/ 510,209.88	S/ 558,287.79	S/ 609,007.25	S/ 662,911.40	S/ 531,372.64
PASIVO NO CORRIENTE						
Préstamo Bancario (Parte no Cte)	S/ -	S/ 424,527.63	S/ 303,514.27	S/ 163,047.47	S/ -	S/ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/ -	S/ 424,527.63	S/ 303,514.27	S/ 163,047.47	S/ -	S/ -
TOTAL PASIVO		S/ 934,737.51	S/ 861,802.07	S/ 772,054.72	S/ 662,911.40	S/ 531,372.64
PATRIMONIO						
Capital social	S/ 2,474,389.75	S/ 1,855,792.31	S/ 1,855,792.31	S/ 1,855,792.31	S/ 1,855,792.31	S/ 1,855,792.31
Resultados acumulados	S/ -	S/ -	S/ 970,165.63	S/ 2,015,177.42	S/ 3,134,909.67	S/ 4,329,499.74
Utilidad	S/ -	S/ 970,165.63	S/ 1,045,011.79	S/ 1,119,732.26	S/ 1,194,590.06	S/ 1,269,890.54
TOTAL PATRIMONIO		S/ 2,825,957.94	S/ 3,870,969.73	S/ 4,990,701.98	S/ 6,185,292.05	S/ 7,455,182.59
TOTAL PASIVO Y MATRIMONIO	S/ 2,474,389.75	S/ 3,760,695.44	S/ 4,732,771.80	S/ 5,762,756.71	S/ 6,848,203.45	S/ 7,986,555.23

Tabla 14: Presupuesto de costos y gastos

Tabla 15: mano de obra

CARGO	n°	SUELDO MENSUAL	GRATI	ESSALUD	CTS	COSTO UNIT.	SUELDO
		(SOLES)	16.67%	9%	9.72%	MENSUAL	ANUAL
Operarios	6	S/ 1,600.00	S/ 266.72	S/ 144.00	S/ 155.52	S/ 2,166.24	S/ 155,969.28

MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL					
	2023	2024	2025	2026	2027
MOD Anual	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28

Tabla 16: Mano de obra indirecto

CARGO	n°	SUELDO MENSUAL	GRATI	ESSALUD	CTS	COSTO UNIT.	SUELDO
		(SOLES)	16.67%	9%	9.72%	MENSUAL	ANUAL
Supervisores de calidad	2	S/ 1,200.00	S/ 600.00	S/ 108.00	S/ 600.00	S/ 2,508.00	S/ 60,192.00
Mecánico Industrial	1	S/ 1,100.00	S/ 550.00	S/ 99.00	S/ 550.00	S/ 2,299.00	S/ 27,588.00
TOTAL						S/ 4,807.00	S/ 87,780.00

Tabla 17: Costos indirectos de fabricación

CIF	MENSUAL	ANUAL
Agua	S/ 560.00	S/ 1,680.00
Electricidad	S/ 510.00	S/ 1,530.00
Teléfono	S/ 150.00	S/ 450.00
Repuestos equipos	S/ 340.00	S/ 1,020.00
Mantenimiento equipos	S/ 1,000.00	S/ 3,000.00
DEPRECIACIÓN		S/ -
TOTAL	S/ 2,560.00	S/ 7,680.00

Tabla 18: Costos indirectos anuales

	2023	2024	2025	2026	2027
MOI	S/ 87,780.00	S/ 87,780.00	S/ 87,780.00	S/ 87,780.00	S/ 87,780.00
OTROS	S/ 7,680.00	S/ 7,680.00	S/ 7,680.00	S/ 7,680.00	S/ 7,680.00
TOTAL	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00

Tabla 19: Materia prima

	2023	2024	2025	2026	2027
Número de sacos	9396	9766	10125	10475	10814
Precio por kg de café	S/ 6.50	S/ 6.50	S/ 6.50	S/ 6.50	S/ 6.50
Precio por saco	S/ 650.00	S/ 6,107,305.87	S/ 6,347,588.30	S/ 6,581,323.62	S/ 6,808,511.83
TOTAL	S/ 6,168,379	S/ 6,411,064	S/ 6,647,137	S/ 6,876,597	S/ 7,099,444

Tabla 20: Costos de producción anuales

	2023	2024	2025	2026	2027
Materia prima anual	S/ 6,168,378.93	S/ 6,411,064.18	S/ 6,647,136.86	S/ 6,876,596.95	S/ 7,099,444.47
MOD anual	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28	S/ 155,969.28
CIF anual	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00	S/ 95,460.00
TOTAL	6419808.21	6662493.462	6898566.136	7128026.233	7350873.752

Tabla 21: Gastos administrativos

CARGO	n°	SUELDO MENSUAL (SOLES)	GRATI 17%	ESSALUD 9%	CTS 9.72%	COSTO UNIT. MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente General	1	S/ 4,500.00	S/ 750.15	S/ 405.00	S/ 437.40	S/ 6,092.55	S/ 73,110.60
Gerente de Operaciones	1	S/ 1,600.00	S/ 266.72	S/ 144.00	S/ 155.52	S/ 2,166.24	S/ 25,994.88
Contabilidad	1	S/ 1,300.00	S/ 216.71	S/ 117.00	S/ 126.36	S/ 1,760.07	S/ 21,120.84
RRHH	1	S/ 1,100.00	S/ 183.37	S/ 99.00	S/ 106.92	S/ 1,489.29	S/ 17,871.48
Personal de seguridad	2	S/ 1,100.00	S/ 183.37	S/ 99.00	S/ 106.92	S/ 1,489.29	S/ 35,742.96
Personal de limpieza y mantener	3	S/ 1,100.00	S/ 183.37	S/ 99.00	S/ 106.92	S/ 1,489.29	S/ 53,614.44
TOTAL							S/ 227,455.20

Tabla 22: Otros gastos administrativos

ITEM	MENSUAL	ANUAL
Electricidad	S/ 1,000.00	S/ 12,000.00
Internet	S/ 200.00	S/ 2,400.00
Agua	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Teléfono	S/ 80.00	S/ 960.00
TOTAL	S/ 1,430.00	S/ 17,160.00

Tabla 23: Gastos administrativos anuales

	2023	2024	2025	2026	2027
Sueldos	S/ 227,455.20	S/ 227,455.20	S/ 227,455.20	S/ 227,455.20	S/ 227,455.20
Otros	S/ 17,160.00	S/ 17,160.00	S/ 17,160.00	S/ 17,160.00	S/ 17,160.00
TOTAL	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20

Tabla 24: Gastos de ventas

SULDOS

CARGO	n°	SUELDO MENSUAL (SOLES)	GRATI 16.67%	ESSALUD 9%	CTS 9.72%	COSTO UNIT. MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente comercial	1	S/ 1,800.00	S/ 300.06	S/ 162.00	S/ 174.96	S/ 2,437.02	S/ 29,244.24
Recepcionistas	1	S/ 1,000.00	S/ 166.70	S/ 90.00	S/ 97.20	S/ 1,353.90	
vendedores	3	S/ 1,000.00	S/ 166.70	S/ 90.00	S/ 97.20	S/ 1,353.90	
TOTAL							S/ 29,244.24

OTROS GASTOS DE VENTAS

ITEM	MENSUAL	ANUAL 2880
Invest. De mercado	200	S/ 2,400.00
TOTAL	440	S/ 5,280.00

ENVÍO

	2023	2024	2025	2026	2027
Quintales requeridos	9396	9766	10125	10475	10814
Precio de envío de quintales (al centro de embarque)	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00
TOTAL	S/ 112,760.26	S/ 117,186.25	S/ 121,501.36	S/ 125,695.60	S/ 129,768.98

Tabla 25: Gastos de envíos

ITEM	MENSUAL	ANUAL 2880
Invest. De mercado	200	S/ 2,400.00
TOTAL	440	S/ 5,280.00

ENVÍO

	2023	2024	2025	2026	2027
Quintales requeridos	9396	9766	10125	10475	10814
Precio de envío de quintales (al centro de embarque)	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00
TOTAL	S/ 112,750.26	S/ 117,186.25	S/ 121,501.36	S/ 125,695.60	S/ 129,768.98

GASTOS DE VENTAS ANUALES

	2023	2024	2025	2026	2027
Sueldos	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24
Otros	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00
Envío	S/ 112,750.26	S/ 117,186.25	S/ 121,501.36	S/ 125,695.60	S/ 129,768.98
TOTAL	S/ 147,274.50	S/ 151,710.49	S/ 156,025.60	S/ 160,219.84	S/ 164,293.22

Tabla 26: Gastos de ventas anuales

	2023	2024	2025	2026	2027
Sueldos	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24	S/ 29,244.24
Otros	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00	S/ 5,280.00
Envío	S/ 112,750.26	S/ 117,186.25	S/ 121,501.36	S/ 125,695.60	S/ 129,768.98
TOTAL	S/ 147,274.50	S/ 151,710.49	S/ 156,025.60	S/ 160,219.84	S/ 164,293.22

GASTOS OPERATIVOS ANUALES

	2023	2024	2025	2026	2027
G. Administrativos	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20	S/ 244,615.20
G. de Ventas	S/ 147,274.50	S/ 151,710.49	S/ 156,025.60	S/ 160,219.84	S/ 164,293.22
TOTAL	S/ 391,889.70	S/ 396,325.69	S/ 400,640.80	S/ 404,835.04	S/ 408,908.42

Tabla 27: Flujo de ingresos

	2023	2024	2025	2026	2027	
Demanda Insatisfecha	109,827.11	114,148.08	118,351.32	122,436.83	126,404.60	
Mercado por acaparar	4.50%	4.50%	4.50%	4.50%	4.50%	
Mercado Objetivo (TN)	4942	5137	5326	5510	5688	
Mercado Objetivo (KG)	494,221.98	513,666.38	532,580.96	550,965.73	568,820.68	
Ingreso total (dólares)	\$ 4.55	\$ 2,248,710.02	\$ 2,337,182.01	\$ 2,423,243.36	\$ 2,506,894.06	\$ 2,588,134.11
Ingreso total (soles)	S/ 17.43	S/ 8,612,559.38	S/ 8,951,407.10	S/ 9,281,022.06	S/ 9,601,404.24	S/ 9,912,553.65
				dólar 12/22	3.83	

Tabla 28: Flujo de capital

ITEM	2022 (AÑO 0)	2023	2024	2025	2026	2027
Activos tangibles	-S/ 1,881,843.42	S/ -	-S/ 14.60	S/ -	S/ -	-
Activos intangibles	-S/ 2,645.00					
Capital de trabajo	-S/ 589,901.33					
Recuper. Act. Fijos						S/ 258,000.00
Recuper. Cap. Trabajo						S/ 589,901.33
TOTAL	-S/ 2,474,389.75	S/ -	-S/ 14.60	S/ -	S/ -	S/ 847,901.33

Tabla 29: Estado de resultados

	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	S/ 8,612,559.38	S/ 8,951,407.10	S/ 9,281,022.06	S/ 9,601,404.24	S/ 9,912,553.65
Costos de Producción	S/ 6,419,808.21	S/ 6,662,493.46	S/ 6,898,566.14	S/ 7,128,026.23	S/ 7,350,873.75
Depreciación y amortización	S/ 325,297.68	S/ 325,297.68	S/ 325,297.68	S/ 325,297.68	S/ 325,297.68
Utilidad Bruta	S/ 1,867,453.49	S/ 1,963,615.96	S/ 2,057,158.24	S/ 2,148,080.32	S/ 2,236,382.22
Gastos Operativos	S/ 391,889.70	S/ 396,325.69	S/ 400,640.80	S/ 404,835.04	S/ 408,908.42
Utilidad Operativa	S/ 1,475,563.79	S/ 1,567,290.27	S/ 1,656,517.44	S/ 1,743,245.28	S/ 1,827,473.80
Gastos financieros	S/ 99,442.33	S/ 85,004.04	S/ 68,244.73	S/ 48,791.29	S/ 26,210.62
Utilidad antes de impuestos	S/ 1,376,121.45	S/ 1,482,286.23	S/ 1,588,272.70	S/ 1,694,453.99	S/ 1,801,263.18
Impuestos	S/ 405,955.83	S/ 437,274.44	S/ 468,540.45	S/ 499,863.93	S/ 531,372.64
Utilidad Neta	S/ 970,165.63	S/ 1,045,011.79	S/ 1,119,732.26	S/ 1,194,590.06	S/ 1,269,890.54

Tabla 30: Flujo de caja

PERIODO	2021 (AÑO 0)	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS						
VENTAS	S/ 8,612,559.38	S/ 8,951,407.10	S/ 9,281,022.06	S/ 9,601,404.24	S/ 9,912,553.65	
VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS						S/ 258,000.00
VALOR RESIDUAL CAPITAL DE TRABAJO						S/ 589,901.33
EGRESOS						
INVERSION:						
TANGIBLES	-S/ 1,881,843.42					
INTANGIBLES	-S/ 2,645.00					
CAPITAL DE TRABAJO	-S/ 589,901.33					
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	-S/ 325,297.68	-S/ 325,297.68	-S/ 325,297.68	-S/ 325,297.68	-S/ 325,297.68	-S/ 325,297.68
COSTOS DE PRODUCCIÓN	-S/ 6,419,808.21	-S/ 6,662,493.46	-S/ 6,898,566.14	-S/ 7,128,026.23	-S/ 7,350,873.75	
GASTOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS	-S/ 491,332.03	-S/ 481,329.73	-S/ 468,885.53	-S/ 453,626.33	-S/ 435,119.04	
FLUJO NETO ANTES DE D	-S/ 2,474,389.75	S/ 1,376,121.45	S/ 1,482,286.23	S/ 1,588,272.70	S/ 1,694,453.99	S/ 2,649,164.51
IMPTO. (29.5%)	S/ 405,955.83	S/ 437,274.44	S/ 468,540.45	S/ 499,863.93	S/ 531,372.64	
FLUJO ECONOMICO	S/ 970,165.63	S/ 1,045,011.79	S/ 1,119,732.26	S/ 1,194,590.06	S/ 1,217,791.87	
DEPRECIACION	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	
AMORTIZACION	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00	
FLUJO DE CAJA ECONO	-S/ 2,474,389.75	S/ 1,295,463.31	S/ 1,370,309.48	S/ 1,445,029.94	S/ 1,519,887.75	S/ 2,443,089.56
PRESTAMO	S/ 618,597.44					
AMORTIZACION PRESTAMO	S/ 89,815.76	S/ 104,254.05	S/ 121,013.36	S/ 140,466.80	S/ 163,047.47	
ESCUDO FISCAL POR INTERESES	S/ 29,335.49	S/ 25,076.19	S/ 20,132.20	S/ 14,393.43	S/ 7,732.13	
FLUJO DE CAJA FINANCI	-S/ 1,855,792.31	S/ 1,234,983.04	S/ 1,291,131.62	S/ 1,344,148.78	S/ 1,393,814.38	S/ 2,287,774.21

Tabla 31: Flujo operativo y económico

	2023	2024	2025	2026	2027
Utilidad Neta	S/ 970,165.63	S/ 1,045,011.79	S/ 1,119,732.26	S/ 1,194,590.06	S/ 1,269,890.54
(+) Depreciación	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68
(+) Amortiz. Intangibles	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00
Fondo Operativo Neto	S/ 1,295,463.31	S/ 1,370,309.48	S/ 1,445,029.94	S/ 1,519,887.75	S/ 1,595,188.23

	2022(AÑO 0)	2023	2024	2025	2026	2027
Flujo de Capital	-S/ 2,474,389.75	S/ -	-S/ 14.60	S/ -	S/ -	S/ 847,901.33
Flujo Operativo	S/ -	S/ 1,295,463.31	S/ 1,370,309.48	S/ 1,445,029.94	S/ 1,519,887.75	S/ 1,595,188.23
Flujo de Caja Económico Neto	-S/ 2,474,389.75	S/ 1,295,463.31	S/ 1,370,294.88	S/ 1,445,029.94	S/ 1,519,887.75	S/ 2,443,089.56

ACUMULADO					
	1	2	3	4	5
S/	1,295,463.31	S/ 2,665,758.19	S/ 4,110,788.13	S/ 5,630,675.87	S/ 8,073,765.43

Tabla 32: Flujo de servicio a la deuda

	2022(AÑO 0)	2023	2024	2025	2026	2027
PRÉSTAMO	S/ 618,597.44					
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMOS		S/ 89,815.76	S/ 104,254.05	S/ 121,013.36	S/ 140,466.80	S/ 163,047.47
ESCUDO FISCAL		S/ 29,335.49	S/ 25,076.19	S/ 20,132.20	S/ 14,393.43	S/ 7,732.13
Flujo de Servicio a la Deuda Neto	S/ 618,597.44	S/ 60,480.27	S/ 79,177.85	S/ 100,881.16	S/ 126,073.37	S/ 155,315.34

Tabla 33: Flujo de caja financiero

	2022(AÑO 0)	2023	2024	2025	2026	2027
Flujo de Caja Económico	-S/ 2,474,389.75	S/ 1,295,463.31	S/ 1,370,294.88	S/ 1,445,029.94	S/ 1,519,887.75	S/ 2,443,089.56
Flujo de Servicio de la Deuda	S/ 618,597.44	S/ 60,480.27	S/ 79,177.85	S/ 100,881.16	S/ 126,073.37	S/ 155,315.34
Flujo de Caja Financiero Neto	-S/ 1,855,792.31	S/ 1,234,983.04	S/ 1,291,117.02	S/ 1,344,148.78	S/ 1,393,814.38	S/ 2,287,774.21

ACUMULADO					
	1	2	3	4	5
	S/ 1,234,983.04	S/ 2,526,100.06	S/ 3,870,248.84	S/ 5,264,063.22	S/ 7,551,837.43

Tabla 34: Inversión y flujos de inversión

TANGIBLES					
TERRENOS				TOTALES	S/ 3,350,000.00
INMUEBLES				TOTALES	S/ 225,000.00
ÁREA DE PRODUCCIÓN					
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total por Detalle		
Trilladora	1	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00		
Maquina despulpadora	1	S/ 13,000.00	S/ 13,000.00		
piladora y pulidora de café	1	S/ 1,250.00			
Separadora gravimetrica	1	S/ 15,568.00	S/ 15,568.00		
lavado de café	1	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00		
centrifuga para café	1	S/ 2,900.00	S/ 2,900.00		
Bascula	1	S/ 110.00	S/ 110.00		
Maquina empacadora	1	S/ 23,000.00	S/ 23,000.00		
tostadora industrial	1	S/ 1,210,000.00	S/ 1,210,000.00		
selladora	1	S/ 45,000.00	S/ 45,000.00		
TOTAL				S/ 1,331,578.00	
OTRAS ÁREAS					
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total por Detalle		
Computadora Imac 20"	5	S/ 2,500.00	S/ 12,500.00		
Escritorio Movenda	5	S/ 340.00	S/ 1,700.00		
Silla de oficina	5	S/ 210.00	S/ 1,050.00		
Laptop Legion	7	S/ 5,430.00	S/ 38,010.00		
Mesa de conferencia	1	S/ 520.42	S/ 520.42		
Teléfono Panasonic	3	S/ 45.00	S/ 135.00		
TOTAL				S/ 53,915.42	
TOTALES				S/ 1,385,493.42	

	2023	2024	2025	2026	2027	Total	Recupero
Depreciación	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 324,768.68	S/ 1,623,843.42	S/ 258,000.00

Tabla 35: Activos intangibles y amortización

ACTIVOS INTANGIBLES		
Constitución	S/	845.00
Licencias	S/	1,800.00
TOTAL	S/	2,645.00

AMORTIZACIÓN

	2023	2024	2025	2026	2027
Act.Intang.Amortiz.	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00	S/ 529.00

Tabla 36: Capital de trabajo operativo

CICLO OPERATIVO	
Periodo promedio de inventarios	30
periodo promedio de cobro	30
periodo promedio de pago	35
cce	25

	14.6
S/	8,612,559.38
	589901.3277

Materia Prima	S/ 589,901.33
TOTAL	S/ 589,901.33

Tabla 37: Inversión total

Activos tangibles	S/ 1,881,843.42
Activos intangibles	S/ 2,645.00
Capital de trabajo	S/ 589,901.33
TOTAL	S/ 2,474,389.75

Tabla 38: Financiamiento

		APORTE PROPIO 75%	PB 25%	TOTAL
Activos tangibles	S/ 1,881,843.42	S/ 1,411,382.57	S/ 470,460.86	1881843.42
Activos intangibles	S/ 2,645.00	S/ 1,983.75	S/ 661.25	2645
Capital de trabajo	S/ 589,901.33	S/ 442,426.00	S/ 147,475.33	589901.3277
TOTAL	S/ 2,474,389.75	S/ 1,855,792.31	S/ 618,597.44	S/ 2,474,389.75

DATOS DEL PRESTAMO

TNAKM	15%	TEA	16.08%
RENTAS IGUALES		S/.189,258.09	
TIEMPO	5	años	

SERVICIO A LA DEUDA

PERIODOS	SALDO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	RENDA
0	S/ 618,597.44	S/ -	S/ -	S/ -
1	S/ 618,597.44	S/ 99,442.33	S/ 89,815.76	S/ 189,258.09
2	S/ 528,781.68	S/ 85,004.04	S/ 104,254.05	S/ 189,258.09
3	S/ 424,527.63	S/ 68,244.73	S/ 121,013.36	S/ 189,258.09
4	S/ 303,514.27	S/ 48,791.29	S/ 140,466.80	S/ 189,258.09
5	S/ 163,047.47	S/ 26,210.62	S/ 163,047.47	S/ 189,258.09
		S/ 327,693.02	S/ 618,597.44	S/ 946,290.46

Tabla 39: Cálculo del costo de oportunidad del inversionista (cok)

2022(AÑO 0)	
Deuda	S/ 618,597.44
Patrimonio	S/ 1,855,792.31
TOTAL	S/ 2,474,389.75
Deuda %	25%
Patrimonio %	75%
Beta desapalancado (β)	0.941
Beta proyecto	1.16
Tasa de Libre Riesgo (TLR)	2.40%
Riesgo país	1.30%
TPM = TEA	16.08%
COK	19.59%

Tabla 40: Cálculo del costo promedio de capital (CPPC)

Fuentes	Inversión	% Inversión	Costos	WACC
Patrimonio	S/ 1,855,792.31	75%	19.59%	14.69%
Deuda	S/ 618,597.44	25%	16.08%	4.02%
TOTAL	S/ 2,474,389.75	100%		18.71%

COSTO DE CAPITAL DESPUÉS DE IMPUESTOS	
TPM = TEA	16.08%
Impuesto a la renta	29.50%
COSTO	11.33%

Tabla 41: Evaluación

	ECONÓMICO	FINANCIERO
VAN	S/ 2,153,404.23	S/ 2,481,971.67
TIR	51.19%	67%
B/C (IR)	187%	234%
PR	1.86	1.48

B/C (IR): Beneficio sobre costo (Índice de rentabilidad)

PR (Periodo de recuero)

	ECONÓMICO	FINANCIERO
B/C (IR)	187%	234%

Tabla 42: Análisis de sensibilidad

Análisis de Sensibilidad		FCE				FCF			
Escenarios	% Ventas	VAN	TIR	B/C	PR	VAN	TIR	B/C	PR
Pesimista	90%	S/ 1,938,063.80	46.08%	2.10	1.67	S/ 2,233,774.50	59.96%	2.82	1.33
Planifica	100%	S/ 2,153,404.23	51.19%	2.33	1.86	S/ 2,481,971.67	67%	3.13	1.48
Optimista	110%	S/ 2,368,744.65	56.31%	2.57	2.05	S/ 2,730,168.83	73.28%	3.45	1.63

Tabla 43: Punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	S/ 8,612,559.38	S/ 8,951,407.10	S/ 9,281,022.06	S/ 9,601,404.24	S/ 9,912,553.65
COSTOS FIJOS	S/ 251,429.28	S/ 251,429.28	S/ 251,429.28	S/ 251,429.28	S/ 251,429.28
COSTOS VARIABLES	S/ 6,168,378.93	S/ 6,168,378.93	S/ 6,168,378.93	S/ 6,168,378.93	S/ 6,168,378.93
COSTOS TOTALES	S/ 6,419,808.21	S/ 6,419,808.21	S/ 6,419,808.21	S/ 6,419,808.21	S/ 6,419,808.21
PUNTO DE EQUILIBRIO	S/ 885,961.43	S/ 808,703.94	S/ 749,691.05	S/ 703,191.48	S/ 665,649.02

Tabla 44: Análisis de riesgo

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA	TOTAL	INDICADORES
PESO	30%	50%	20%	100%	PROYECTO
VAN Económico	S/ 1,938,063.80	S/ 2,153,404.23	S/ 2,368,744.65	PONDERADO	S/ 2,131,870.19
TIR Económico	46.08%	51.19%	56.31%	PONDERADO	50.68%
Periodo de Recupero Económico	1.67	1.86	2.05	PONDERADO	1.84
B/C Económico	2.10	1.87	2.57	PONDERADO	2.08
VAN Financiero	S/ 2,233,774.50	S/ 2,481,971.67	S/ 2,730,168.83	PONDERADO	S/ 2,457,151.95
TIR Financiero	60%	67%	73%	PONDERADO	65.96%
Periodo de Recupero Financiero	1.33	1.48	1.63	PONDERADO	1.47
B/C Financiero	2.82	2.34	3.45	PONDERADO	2.70

En el primer escenario, pesimista, de acuerdo con la relación beneficio/costo económico se obtiene que, por cada sol que se invierta en la planta, se obtendrá una ganancia de S/2.10 y para la relación beneficio/costo financiero se obtiene que, por cada sol que se invierta en la empresa, se obtendría S/2.82 de ganancia. Esto significa que el proyecto en un escenario pesimista aún es rentable y por lo tanto viable.

En el segundo escenario, normal, de acuerdo con la relación beneficio/costo económico se obtiene que, por cada sol que se invierta en la empresa, se conseguirá una ganancia de S/1.87y para la relación beneficio/costo financiero se obtiene que, por cada sol que se invierta en la empresa, se conseguiría S/ 2.34 de ganancia. Esto significa que el proyecto en un escenario normal es bastante rentable y por lo tanto viable.

En el escenario tres, optimista, de acuerdo con la relación beneficio/costo económico se obtiene que, por cada sol que se invierta en la empresa, se tendrá una ganancia de S/ 2.57 y para la relación beneficio/costo financiero se obtiene que, por cada sol que se invierta en la empresa, se tendrá S/ 3.45 de ganancia. Esto significa que el proyecto en un escenario optimista es atractivamente rentable y por lo tanto viable.

Se logró determinar que el total de inversión para el proyecto de inversión privada antes mencionada, tienen un valor total de S/2,153,404.23, de lo cual S/ S/ 618,597.44 representado por un 25% será financiado por un préstamo bancario con una TEA de 15% y con un plazo de 5 años, pagando una renta anual de S/. 189,258.09. Asimismo, el costo de oportunidad (COK) tienen un valor del 19.59% y el costo promedio ponderado (WACC) tiene un valor del 18.71%. De igual manera, se realizó un estado de ganancias y pérdidas de 5 años del proyecto, pudiendo observarse que existe una utilidad neta bastante positiva.

VII. Conclusiones y recomendaciones

- Viabilidad estratégica

En conclusión, se deduce que el proyecto presenta viabilidad estratégica; tras el análisis de las cinco fuerzas de Porter, Matriz SEPTED, la cadena de valor y el análisis FODA señalan que el proyecto es viable; dando a conocer que el sector agroindustrial orgánico está en crecimiento convirtiéndose en una gran oportunidad para el proyecto. Finalmente, se observó que para la matriz EFI y EFE, el contexto es favorable; por los resultados obtenidos los cuales fueron 2.87 y 3.01.

Se recomienda que para este estudio la empresa pueda implementar como ventaja competitiva a la eficacia; la cual busca satisfacer la demanda de café orgánico, empleando mejoras en el proceso logístico que permita incrementar la tecnología necesaria para una excelente planta procesadora de café orgánico logrando dar mayor seguridad al sector agroindustrial.

- Viabilidad de mercado

Se concluye que el modelo de negocio estará enfocado a un sector A, B, C ya que tiene el poder adquisitivo de adquirir el producto, este proyecto se enfoca en una exportación a Los Ángeles-Estados Unidos, a quienes se les brindará un producto generador de sensaciones y experiencias positivas que pueden ser compartidas en un determinado entorno. Por último, el proyecto de inversión privada pretende acaparar un 100% del mercado, sin embargo, ante los factores riesgos que presenta el mercado se cubrirá un 4.5%.

- Viabilidad técnica

Se concluye en que existe viabilidad de parte del estudio técnico ya que la planta tendrá una superficie de 25000m², y producirá 4942 toneladas de café orgánico lo que equivale a 494,221.98 kilogramos. Por último, se logró estimar en base a la ubicación una ponderación de 4.6 para San Ignacio como lugar óptimo para la ubicación de la planta.

Se recomienda para este apartado de la investigación las capacitaciones al personal operativo sobre la higiene y el correcto control de calidad ya que con ello se desarrollará una mejor operación en el área de producción del café orgánico.

- Viabilidad organizacional

Se determinó que el modelo organizacional y legal empleado para la empresa, está enfocada en base de procesos, con el objetivo de mejorar la gestión y lograr mayor eficiencia, así mismo, se emplea gestión en base a los conocimientos como parte de la ventaja competitiva. Se recomienda, para la planta procesadora de café orgánico debe contar con un plan enfocado en la protección de salud y vida de los empleados, esto con el objetivo de reducir la exposición a los riesgos a los que estarán expuestos en la planta procesadora de café orgánico.

- Viabilidad económica y financiera

Se logró determinar que el total de inversión para el proyecto de inversión privada antes mencionada, tienen un valor total de tienen un valor total de S//. 2,474,389.75, de lo cual S/ S/ 618,597.44 representado por un 25% será financiado por un préstamo bancario con una TEA de 15% y con un plazo de 5 años, pagando una renta anual de S/. 189,258.09. Asimismo, el costo de oportunidad (COK) tiene un valor del 19.59% y el costo promedio ponderado (WACC) tiene un valor del 18.71%. De igual manera, se realizó un estado de ganancias y pérdidas de 5 años del proyecto, pudiendo observarse que existe una utilidad neta bastante positiva.

Se recomienda al proyecto privado, trabajar con una tasa un poco más favorable para la empresa, ya que de esa forma se reducirá la tasa de interés, por otro lado, se pide mantener alerta el porcentaje establecido en base a los escenarios de riesgos.

Referencias

- ADMIN. (2021, septiembre 28). Perú duplicó la producción de café orgánico en la última década. *Junta Nacional del Café*. <https://juntadelcafe.org.pe/peru-duplico-produccion-de-cafe-organico-en-la-ultima-decada/>
- Álvarez, A. (2018, septiembre 25). *Cómo repercute el mal estado de las carreteras en el transporte de mercancías terrestres | Sertrans*. <https://www.sertrans.es/transporte-terrestre/como-repercute-el-mal-estado-de-las-carreteras-en-el-transporte-de-mercancias-terrestres/>
- Andina. (2019). *Perú es el principal exportador de café orgánico a Estados Unidos*. <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-es-principal-exportador-cafe-organico-a-estados-unidos-754063.aspx>
- ANDINA. (2021). *Día del Café Peruano: Crean máquina automática para lavado y secado de granos [video]*. <https://andina.pe/agencia/noticia-dia-del-cafe-peruano-crean-maquina-automatica-para-lavado-y-secado-granos-video-858415.aspx>
- Apeña Castillo, K. Y., & Zarpan Casas, J. V. (2020). Factores determinantes en el sector cafetalero del Perú para la exportación de café orgánico hacia el mercado de Estados Unidos durante el periodo 2000 – 2019. *Repositorio Institucional - UTP*. <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4178>
- BCR. (2022). *Reporte de Inflación marzo 2022*. 159.
- CNS • •, P. (2020). Censo: Ciudad de Los Ángeles registra un crecimiento del 2.8% durante la última década. *Telemundo* 52.

<https://www.telemundo52.com/noticias/local/censo-poblacion-ciudad-los-angeles-aumenta-ultima-decada/2208485/>

COMERCIO EXTERIOR. (2019). *Perú impulsa las exportaciones de café orgánico.*

TERMINAL C. <http://www.terminal-c.com.ar/detalle.php?a=peru-impulsa-las-exportaciones-de-cafe-organico&t=1&d=1995>

El peruano. (2021). *Café peruano conquista 44 mercados del mundo y exportó más de 3 millones de sacos.*

<https://elperuano.pe/noticia/120833-cafe-peruano-conquista-44-mercados-del-mundo-y-exporto-mas-de-3-millones-de-sacos>

Gestión. (2014, septiembre 12). *Calentamiento global favorece hongo que amenaza café orgánico.*

Gestión. <https://archivo.gestion.pe/economia/calentamiento-global-favorece-hongo-que-amenaza-cafe-organico-peru-2108420>

ICESI. (2019). *Barreras no arancelarias | CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR.*

<https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2006/09/29/barreras-no-arancelarias/>

INEI. (2021). *Instituto Nacional de Estadística e Informática.*

<https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/negocios-de-restaurantes-se-incremento-en-425-en-enero-del-presente-ano-12177/>

JNC. (2020, septiembre 2). *EL CAFÉ DE PERÚ. Junta Nacional del Café.*

<https://juntadelcafe.org.pe/el-cafe-de-peru/>

Julca, I. L. (2018). *Derógase las normas que se opongan a lo dispuesto en la presente Ley. 8.*

Mena, M. (2021). *Infografía: Los países más y menos adictos al café.* Statista Infografías.

<https://es.statista.com/grafico/23076/consumo-medio-estimado-de-cafe-per-capita-en-2020/>

- MIDAGRI. (2021). *El Café Peruano*. <https://www.midagri.gob.pe/portal/485-feria-scaa/10775-el-cafe-peruano>
- PROMPERÚ. (2018). *Agricultura orgánica en el Perú | Perú Info*. <https://peru.info/es-pe/comercio-exterior/noticias/7/29/acciones-de-la-agricultura-ecologica-en-peru>
- Red agrícola. (2021, abril 6). *Productores de café orgánico exportaron más de 67 mil toneladas durante el 2020*. Red agrícola Perú. <https://www.redagricola.com/pe/productores-de-cafe-organico-exportaron-mas-de-67-mil-toneladas-durante-el-2020/>
- Rodríguez. (2020, noviembre 12). ▷ Compromiso organizacional: Definición, teoría y tipos. *Estudiando*. <https://estudyando.com/compromiso-organizacional-definicion-teoria-y-tipos/>
- Rodríguez, O. J. G. (2017). *EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO DE VILLA RICA – OXAPAMPA – PASCO AL MERCADO DE FLORIDA – MIAMI – ESTADOS UNIDOS*. 103.
- Velasco Cruz, J. (2017, abril 28). *Lo orgánico ya no es una moda*. Red agrícola Perú. <https://www.redagricola.com/pe/lo-organico-ya-no-una-moda/>
- Vigo, R. (2017). *Plan de negocio para la producción y comercialización de café orgánico en grano de la Hacienda Castillo en el distrito El Progreso, provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca 2015*.