

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LACREACIÓN  
DE UN SNACK – SALÓN DE TÉ EN  
TALARA – 2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR (A)**

**SÁNCHEZ MOGOLLÓN FLORA MERCEDES**

**ASESORES**

**DR. RICARDO BAYONA ESPINOZA  
MG. JUAN PABLO LEÓN LERGGIOS**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

**EMPRENDIMIENTO**

**PIURA – PERÚ**

**2012**

## PRESENTACIÓN

### Señores Miembros del Jurado

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15° del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la escuela profesional de Ciencias Administrativas de optar el grado de Licenciadas en Administración.

Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

### PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SNACK – SALÓN DE TÉ EN TALARA – 2012

Tesis aprobada por el jurado integrado por el Dr. Ricardo Bayona, el Mg. Juan Pablo León y la Mg. Nancy Vilchez.



SECRETARIO



VOCAL



PRESIDENTE

## **DEDICATORIA**

En primer lugar a Dios, creador de todo lo que nos rodea y el que hace posible cada paso que damos, él quien nos da la fortaleza para seguir adelante. De igual forma a mis padres, mis primeros guías, por ser ejemplo de lucha y éxito en la vida, por confiar siempre en mí y apoyarme en todo lo que he necesitado. A ellos que me han formado con valores y buenos hábitos para escoger el mejor camino sin pedirme nada a cambio. Por último, a mi hija Valentina, quien es mi motor y motivo para seguir luchando en el logro de mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Siempre teniendo en cuenta a nuestro Señor y Dios, ya que sin él no podríamos hacer posible nada de lo que nos proponemos, darle Gracias por iluminarnos y guiarnos en todo momento.

A mis Padres y Hermanas por apoyarme en todo momento.

A mis maestros, por la paciencia y el apoyo que nos brindaron.

**Sánchez Mogollón Flora M.**

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo principal analizar las condiciones de mercado y proponer a través de un Plan de Negocio la creación de un Snack – Salón de té en la Ciudad de Talara (Piura). Este análisis pretende estudiar la demanda para poder satisfacer sus necesidades, así como también la oferta.

Dicho grupo de estudio estuvo conformado por una muestra de 263 personas.

El estudio tiene como unidad de análisis a la población de la Ciudad de Talara pero segmentada en personas con estudios superiores de 15 años a más. Uno de los instrumentos empleados para determinar la oferta y la demanda fue la encuesta, que permitirá obtener la información necesaria para poder definir cuáles serían nuestras ventajas competitivas.

Dentro del trabajo de campo se encontró que el mercado objetivo acostumbra a comer fuera de casa en una proporción del 95 % entre Talara Alta y Talara Baja, siendo la frecuencia de mayor relevancia una vez al mes y en la que los motivos principales de concurrencia son por la buena atención, la calidad y la variedad de productos.

Si tomamos en cuenta el nivel de propensión que los encuestados plantean si tuvieran que concurrir a un nuevo establecimiento, así como servicios adicionales de los cuales les gustaría sean satisfechos, este proyecto indica que el 97.5% de los encuestados tanto de Talara Alta como Talara Baja están dispuestos a concurrir a un nuevo establecimiento.

Concluyéndose que este plan de negocio es rentable económica y financieramente, así como lo demuestran los indicadores Van Económico y Financiero, Tir Económico y Financiero. Siendo muy relevante para llevar a cabo este Plan de Negocio.

## ABSTRACT

The main objective of this work is to analyze the market conditions and to propose the creation of a snack – tearoom in the city of Talara (Piura) through a Business Plan. This analysis pretends to study the demand in order to satisfy its needs and the supply.

This study group was made up by a sample of 263 people.

The study has as analysis unit the population from the city of Talara but it was segmented into people with higher studies from the age of 15 on. One of the tools used in order to determine the supply and demand was the survey which would allow us to get the needed information to define which would be our competitive advantages.

During the field study it was observed that the objective market accustoms to eat out in a proportion of 95% within Talara Alta and Talara Baja, being the main frequency once a month, where the main reason of preference are good customer service, quality and products variety.

If we take into account the tendency level respondents showed about going to a new establishment and additional services they would like to be satisfied with, this project shows that 97.5% of the respondents, from Talara Alta and Talara Baja, are willing to go to a new establishment.

It is concluded that this Business Plan is rentable both economic and financially, as it is shown by the economic and financial net present value indicators, internal rate of economic and financial return, which are very important in order to complete this business plan.

## INDICE GENERAL

PRESENTACION	ii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMINETO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	xi

### CONTENIDO

#### CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Formulación del Problema	2
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivo	3
1.4.1. General	3
1.4.2. Específicos	3

#### CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes	5
2.1.1. Locales	5
2.1.2. Nacionales	5
2.1.3. Internacionales	6
2.2. Marco Teórico	6
2.3. Marco Conceptual	37
2.4. Marco Legal	38

#### CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Hipótesis	41
----------------	----

3.1.1. Hipótesis General	41
3.1.2. Hipótesis Específicos	41
3.2. Identificación de Variables	41
3.2.1. Definición Conceptual	42
3.2.2. Definición Operacional	42
3.3. Metodología	43
3.3.1. Tipo de Estudio	43
3.3.2. Diseño	43
3.4. Población, Muestra y Muestreo	43
3.5. Método de Investigación	46
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	46
3.7. Métodos de Análisis de Datos	46
3.8. Procedimiento de Recolección de Datos	46
3.9. Método de Análisis de Datos	47
 <b>CAPÍTULO IV: PLAN DE NEGOCIO PROPUESTO</b>	
4.1. Resumen Ejecutivo	49
4.2. Formulación de la Idea del Negocio	49
4.3. Análisis de la Oportunidad	49
4.4. Presentación del Modelo de Negocio	50
4.5. Análisis del Entorno	52
4.5.1. Análisis PEST	52
4.6. Análisis de la Industria, del Mercado y la Estimación de la Demanda	53
4.6.1. Análisis de la Industria	53
4.6.2. Análisis del Mercado	54
4.6.3. Estimación de la Demanda	54
4.7. Planeamiento Estratégico	55
4.7.1. Análisis FODA	55
4.7.2. Misión	62



4.7.3. Visión	62
4.7.4. Objetivos Estratégicos	62
4.7.5. Estrategia Genérica	62
4.8. Plan de Marketing	63
4.9. Plan de Operaciones	71
4.9.1. Listado de Requerimientos	71
4.9.2. Procesos	75
4.9.3. Presupuesto de Inversión	79
4.10. Diseño de la Estructura y Plan de Recursos Humanos	86
4.10.1. Organigrama	86
4.10.2. Manual de Organización y Funciones	86
4.11. Proyección de los Estados Financieros	91
4.11.1. Financiamiento	91
4.11.2. Presupuesto de Ingresos y Egresos	94
4.11.3. Punto de Equilibrio	100
4.11.4. Balance Inicial	102
4.11.5. Estado de Resultados	103
4.11.6. Evaluación Financiera	104
<b>CAPÍTULO V: RESULTADOS</b>	
5.1. Descripción de Resultados	108
5.1.1. Tablas y Gráficos	108
5.2. Discusión de Resultados	136
5.3. Contrastación de Hipótesis	136
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
6.1. Conclusiones	137
6.2. Recomendaciones	138
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	139
<b>ANEXOS</b>	140