



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Propuesta para la Creación de una Empresa Impulsando el
Consumo de Bebidas Regionales en la Ciudad de Guadalupe

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Magister en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. Julio Cesar Morante Cortez

ASESORA:

Dra. Irma Milagros Carhuancho Mendoza

SECCION:

Ciencias Empresariales

LINEA DE INVESTIGACION:

Marketing Estratégico y Empresas

PERÚ – 2017

Página del jurado

Dr. Hugo Lorenzo Agüero Alva
Presidente

Dra. Luzmila Garro Aburto
Secretario

Dra. Irma M. Carhuancho Mendoza
Vocal

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mi padre quien ya no está a mi lado pues está en la gracia de Dios, el me enseñó el inmenso amor y dedicación que se debe poner a las cosas y el esfuerzo por conseguirlas; a mi madre que con su fortaleza y amor va enriqueciendo cada día mi vida y mis 2 hijos que son mi razón de ser y el motor de mi progreso profesional.

Agradecimiento

Agradecer a mi Señor de los Milagros, pues es el quien guía cada día mi camino, muy en especial a mi familia que siempre ha estado a mi lado y me brinda ese ímpetu de seguir adelante; a mis amigos y conocidos por brindarme su apoyo, también a la Universidad César Vallejo y con mucho aprecio a mi asesora la Dra. Irma Carhuacho Mendoza, por sus orientaciones en la elaboración de mi investigación.

Declaración de Autoría

Yo, **Julio Cesar Morante Cortez**, estudiante de la Escuela profesional de Posgrado de la Universidad César Vallejo, sede Lima Norte; declaro que el trabajo académico titulado “Propuesta para la creación de una empresa impulsando el consumo de bebidas regionales en la Ciudad de Guadalupe” presentada, en 149 folios para la obtención del grado académico de Magister en Administración de Negocios es de mi autoría.

Por lo tanto declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otra fuente, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, Setiembre del 2016.

Firma

Presentación

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Propuesta para la Creación de una Empresa Impulsando el Consumo de Bebidas Regionales en la Ciudad de Guadalupe”. En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Magister en Administración de Negocios.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El Autor

Contenido

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autoría	v
Presentación	vi
Contenido	vii
Lista de Tablas	x
Lista de Figuras	xii
Resumen	xiv
Abstract	xv
I. Introducción	16
1.1 Antecedentes	17
1.1.1 Antecedentes Nacionales	17
1.1.2 Antecedentes Internacionales	19
1.2 Marco teórico referencial	21
1.3 Marco espacial	24
1.4 Marco temporal	25
1.5 Marco conceptual	26
1.5.1 Definición de empresa	26
1.6 Contextualización: histórica, política, cultural, social	30
1.6.1 Marco histórico	30
1.6.2 Marco Legal	32
1.6.3 Marco cultural	35
1.6.4 Marco Social y Económico	36
II. Problema de Investigación	37
2.1 Formulación del problema de investigación	38
2.2 Justificación	38
2.3 Relevancia	39
2.4 Contribución	39
2.5 Objetivos	40

2.5.1	Objetivo general	40
2.5.2	Objetivos específicos	40
III.	Marco Metodológico	41
3.1	Metodología	42
3.1.1	Sintagma	42
3.1.2	Enfoque	42
3.1.3	Tipo de estudio	43
3.1.4	Diseño	44
3.2	Escenario de estudio	44
3.3	Caracterización de sujetos	45
3.3.1	Muestra Cualitativa	45
3.3.2	Muestra Cuantitativa	46
3.4	Trayectoria metodológica	46
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
3.6	Tratamiento de la información	48
3.7	Mapeamiento	48
3.8	Rigor Científico	50
IV.	Resultados	51
4.1	Descripción de resultados cuantitativos	52
4.1.1	Socio Demográfico	52
4.1.2	Producto	54
4.1.3	Precio	61
4.1.4	Plaza	68
4.1.5	Promoción	75
4.2	Descripción de resultados cualitativos	82
4.3	Diagnostico	88
4.4	Propuesta	90
4.4.1	Datos de identificación	90
4.4.2	Fundamentación	90
4.4.3	Problema	90
4.4.4	Justificación	91

4.4.5	Objetivos y Metas	91
4.4.6	Estructura y Plan de Acción	92
4.4.6.1	Estudio de Mercado	92
4.4.6.2	Estudio de Marketing	96
4.4.6.3	Estudio Técnico	104
4.4.6.4	Estudio Financiero	108
4.4.7	Viabilidad de la Propuesta	120
V.	Discusión	121
VI.	Conclusiones	124
VII.	Recomendaciones	126
VIII.	Referencias Bibliográficas	128
IX.	Apéndice	132
	Apéndice 1: Matriz de consistencia	133
	Apéndice 2: Instrumento	134
	Apéndice 3: Formato de validación de instrumento	136
	Apéndice 4: Acta de acuerdo y compromisos	145
	Apéndice 6: Otras evidencias	149

Lista de Tablas

	Página
Tabla 1. Comparación de las teorías administrativas	23
Tabla 2. Muestra Holística de la investigación	45
Tabla 3. Descripción de la Muestra Cualitativa	45
Tabla 4. Descripción de la Muestra Cuantitativa	46
Tabla 5. Instrumentos de la Investigación	47
Tabla 6. Genero de los encuestados	52
Tabla 7. Edades de los encuestados	53
Tabla 8. Consumo de bebidas alcohólicas	54
Tabla 9. Consumo de bebidas regionales	55
Tabla 10. Factores de un Bar	56
Tabla 11. Frecuencia de asistencia a un Bar	57
Tabla 12. Tiempo de permanencia en el BAR	58
Tabla 13. Tipo de ambiente del Bar	59
Tabla 14. Tipo de música en el Bar	60
Tabla 15. Gastos promedios en un Bar	61
Tabla 16. Pagos de entrada a un Bar	62
Tabla 17. Pagos por bebidas alcohólicas	63
Tabla 18. Influencia del precio en el consumo	64
Tabla 19. Pago por consumo de bebidas regionales	65
Tabla 20. Precio elevado del producto	66
Tabla 21. Precio mínimo del producto	67
Tabla 22. Capacidad de personas en un Bar	68
Tabla 23. Porcentaje de personas por mesa	69
Tabla 24. Preferencias de ubicación de la barra de un Bar	70
Tabla 25. Preferencias de ubicación de la barra de un Bar	71
Tabla 26. Aspectos de asistencia a un Bar	72
Tabla 27. Importancia de la ubicación de un Bar	73
Tabla 28. Frecuencia de asistencia a un Bar	74

Tabla 29. Medios de comunicación para información de ofertas	75
Tabla 30. Gustos y preferencias sobre eventos en un Bar	76
Tabla 31. Gustos y preferencias de productos adicionales	77
Tabla 32. Gustos y preferencias de promociones	78
Tabla 33. Factores que influyen en la asistencia a un Bar	79
Tabla 34. Gustos y preferencias de ofertas de productos vía web	80
Tabla 35. Gustos y preferencias sobre la visita a un Bar	81
Tabla 36. Fusión de los Métodos Cualitativo y Cuantitativo según las categorías de estudio.	86
Tabla 37. Identificación de la causa y efecto del consumo de bebidas regionales	88
Tabla 38. Balance General	108
Tabla 39. Estado de Ganancias y Pérdidas	110
Tabla 40. Flujo de Caja	111
Tabla 41. Gastos en insumos y pagos al personal	113
Tabla 42. Inversión en equipamiento del negocio	114
Tabla 43. Amortización de préstamo bancario	117
Tabla 44. VAN Y TIR	120

Lista de Figuras

	Página
Figura 1. Mapa de ubicación de la Ciudad de Guadalupe en la provincia de Pacasmayo	25
Figura 2. Regiones y bebidas del Perú	31
Figura 3. Descripción de la investigación	49
Figura 4. Genero de encuestados	52
Figura 5. Edades de los encuestados	53
Figura 6. Consumo de bebidas alcohólicas	54
Figura 7. Consumo de bebidas regionales	55
Figura 8. Factores de un Bar	56
Figura 9. Frecuencia de asistencia a un Bar	57
Figura 10. Tiempo de permanencia en el BAR	58
Figura 11. Tipo de ambiente del Bar	59
Figura 12. Tipo de música en el Bar	60
Figura 13. Gastos promedios en un Bar	61
Figura 14. Pagos de entrada a un Bar	62
Figura 15. Pagos por bebidas alcohólicas	63
Figura 16. Influencia del precio en el consumo	64
Figura 17. Pago por consumo de bebidas regionales	65
Figura 18. Precio elevado del producto	66
Figura 19. Precio mínimo del producto	67
Figura 20. Capacidad de personas en un Bar	68
Figura 21. Porcentaje de personas por mesa	69
Figura 22. Preferencias de ubicación de la barra de un Bar	70
Figura 23. Porcentaje de Gustos y preferencias del cliente	71
Figura 24. Aspectos de asistencia a un Bar	72
Figura 25. Importancia de la ubicación de un Bar	73
Figura 26. Frecuencia de asistencia a un Bar	74
Figura 27. Medios de comunicación para información de ofertas	75
Figura 28. Gustos y preferencias sobre eventos en un Bar	76

Figura 29. Gustos y preferencias de productos adicionales	77
Figura 30. Gustos y preferencias de promociones	78
Figura 31. Factores que influyen en la asistencia a un Bar	79
Figura 32. Gustos y preferencias de ofertas de productos vía web	80
Figura 33. Gustos y preferencias sobre la visita a un Bar	81
Figura 34. Identificación de la causa y efecto del consumo de bebidas regionales	89
Figura 35. Análisis Foda	92
Figura 36. Plan estratégico	93
Figura 37. Análisis del mercado según metodología de Porter	94
Figura 38. Estudio de Marketing	96
Figura 39. 4P del Marketing mix	97
Figura 40. Eslogan y logo del negocio	99
Figura 41. Productos a ofrecer en el establecimiento	102
Figura 42. Planeamiento estratégico de Marketing	103
Figura 43. Localización de la ciudad de Guadalupe	104
Figura 44. Plaza de Armas de la Ciudad de Guadalupe	104
Figura 45. Local Comercial	105
Figura 46. Diseño del local	105
Figura 47. Implementos del local	106

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad proponer la creación de una empresa con el objetivo de impulsar el consumo de bebidas regionales del país, fomentando una identidad cultural. Este estudio está basado en un previo análisis; de un mercado no satisfecho, el cual brindara información importante para la investigación.

Se estableció un enfoque holístico combinando lo cualitativo y cuantitativo con un estudio proyectivo. Igualmente se plantearon técnicas e instrumentos para la recolección de datos. Se procedió a realizar una muestra de la población por conveniencia del investigador, realizando un análisis cuantitativo de 50 personas entre nacionales y extranjeras, así como también un análisis cualitativo de entrevistas a 3 personas. Se recolecto la información mediante encuestas y entrevistas a los involucrados; estas fueron tratadas mediante el programa informático Excel el cual permitió la construcción de datos objetivos como tablas estadísticas y un método de triangulación y categorización, para el análisis cualitativo.

Finalmente se concluyó que para poder impulsar el consumo de bebidas regionales en la Ciudad de Guadalupe, luego de determinar los aspectos teóricos que conlleva a la creación de empresa, es necesario desarrollar estrategias y procedimientos basados en aspectos de emprendimiento.

Palabras Clave: Creación de empresa, Identidad cultural, Innovación, Emprendimiento, consumo, organización, Servicio de atención al cliente.

Abstract

The present research has to propose the creation of a company with the objective to improve the consumption of regional drinks of the country, promoting a cultural identity. This study is based on previous analysis; of an unsatisfied market, which would provide important information for the investigation.

A holistic approach was established combining the qualitative and quantitative with an projective study. Techniques and instruments for data collection were also planned. A sample was carried out for convenience of the population, carrying out a quantitative analysis of 50 people between national and foreign, as well as a qualitative analysis of interviews to 3 people. Information was collected through surveys and interviews with those involved; these were treated using Excel software, which allowed the construction of objective data as statistical tables and a method of triangulation and categorization for qualitative analysis.

Finally, it was concluded that in order to improve the consumption of regional beverages in the City of Guadalupe, after determining the theoretical aspects that entails the creation of a company, it is necessary to develop strategies and procedures based on aspects of entrepreneurship.

Keywords: Enterprise creation, Cultural Identity, Innovation, Entrepreneurship, consumption, organization, customer service